

Projecte Final de Carrera

La Salut als diaris digitals, una qüestió de salut digital

Les notícies de salut en els diaris digitals en llengua catalana: exploració i assaig metodològic per a l'anàlisi descriptiva



Lourdes Albiac Suñer

Treball dirigit per Jordi Serrat

Periodisme

Facultat de Comunicació i Empresa. Universitat de VIC

Setembre, 2008

Índex

Introducció	4
1. Estat de la qüestió. Aproximació conceptual i teòrica	7
1.1 La societat de la informació. El context.....	7
1.1.1 Internet: La Xarxa de xarxes.....	8
1.1.2 Comunicació de masses. Teoria alternativa	10
1.1.3 Suport digital. El mitjà que condiciona el missatge	12
1.1.4 Digitalització de les capçaleres. Un canvi.....	19
1.1.5 Capçaleres digitals en català	20
1.2 Periodisme digital.....	23
1.2.1 Recerca i formació en periodisme digital.....	23
1.2.3 Arquitectura de la informació. La construcció de la notícia digital	26
1.3 La societat del benestar.....	36
1.3.1 Salut i les seves interpretacions. El concepte integral.....	37
1.3.2 Mitjans de comunicació i salut. Una associació que incrementa	40
1.3.3 Periodisme especialitzat en salut. La informació sanitària de qualitat	43
1.3.4 Recerca, periodisme digital i salut. La convergència.....	47
2. Hipòtesi i Objectius	49
3. Metodologia.....	51
3.1 L'univers i La mostra	51
3.2 Preamàlisi: la navegació pels mitjans per explorar l'organització	53
3.3 El corpus. Criteris per la selecció de les unitats d'anàlisi	53
3.4 L'anàlisi. Descripció de categories i variables.....	55
3.5 Limitacions i dificultats.....	58

4. Anàlisi i Resultats.....	59
4.1 Localització. Navegant vers l'arxiu de notícies.....	59
4.2 Les notícies sobre salut en els diaris digitals. La descripció.....	63
4.2.1 La ubicació.....	63
4.2.2 La Freqüència	64
4.2.3 La construcció de la notícia.....	65
4.2.4 Tipus de notícies.....	76
4.3 Qui escriu, qui parla, des d'on	79
4.3.1 Els autors	79
4.3.2 Les fonts d'informació	82
4.3.3 L'origen.....	86
4.4 De què es parla. Agenda temàtica.....	88
4.4.1 Tractament.....	88
4.4.2 Tòpics o tema informatiu	88
4.4.3 Camps temàtics	92
4.5 Com es parla de què. Les notícies que marquen l'agenda del mes.....	96
4.5.1 Cas Echevarría	96
4.5.2 Lipoatrofia Semicircular	99
4.5.3 Cirurgia estètica	102
5. Conclusions i propostes	104
6. Bibliografia.....	110
7. Annexes.....	114
7.1 Annex 1: Fitxa recollida de dades	114
7.2 Annex 2: Qüestionari redactors	115
7.3 Annex 3: Resposta al qüestionari.....	115

Introducció

En l'actual context de la societat de la informació (o la societat Xarxa com anomena Manuel Castells) les noves tecnologies de la comunicació i, específicament el fenomen d'Internet, adquireixen una importància rellevant en tots els sectors socials i fan replantejar la comunicació de masses. Els mitjans de comunicació convencionals es troben davant la necessitat imminent d'un canvi en la producció informativa i la seva transmissió, per adaptar-se i continuar essent competitius en el nou paradigma comunicacional. Aquest escenari comporta també oportunitats per la creació de nous mitjans que operen exclusivament en xarxa.

La Xarxa irromp com a nou mitjà de comunicació cap els anys seixanta als EEUU, on s'estén i evoluciona de forma ràpida. A les portes del segle XXI ja arriba de forma generalitzada arreu del món, en la mesura que ho permeten les característiques i recursos de cada país. L'any 2006 a Catalunya Internet arriba a la seva maduresa com a tecnologia i mitjà de comunicació, segons l'Informe de la Comunicació a Catalunya.

Internet esdevé un nou mitjà de comunicació que ofereix nous recursos per a la informació provocant la creació i desenvolupament dels mitjans digitals. Aquests adquireixen característiques diferents a la premsa escrita, la ràdio i la televisió, tot i que la xarxa ofereix la possibilitat de convergir gràcies a la multimedialitat. Les característiques del nou mitjà permeten que la informació es transmeti per la xarxa de forma ràpida de forma que trenca les fronteres de l'espai i el temps, la interactivitat permet una comunicació multidireccional i obre moltes possibilitats a l'hora d'obtenir informació actual o emmagatzemada. La hipertextualitat permet la lliure navegació per la xarxa conforme a les necessitats i expectatives de cada internauta esdevenint una lectura única i personalitzada. Aquestes característiques comporten la delimitació d'un nou públic i una lectura diferent, però també una nova forma d'estructurar la informació. Així, capçaleres i periodistes s'han d'actualitzar.

A partir dels anys noranta es comença a introduir Internet en els mitjans de comunicació. Les primeres iniciatives a l'Estat espanyol comencen l'any 1994 amb el setmanari *El Temps de València* i a Catalunya amb l'*Avui*, *El periódico de Catalunya* i *La Vanguardia* en versió digital. I les noves capçaleres digitals el 1995 amb VilaWeb i LaMalla.net el 1999. Tots ells inicien les transformacions i en l'actualitat es troben en diferents fases d'evolució cap el periodisme digital, per atendre de forma adequada i de qualitat la demanda creixent de la societat d'aquest tipus d'informació.

El periodista que treballi per als mitjans digitals s'ha de formar i adquirir habilitats per adaptar-se al nou suport i explotar al màxim les possibilitats que ofereix la xarxa a l'hora d'organitzar la informació i a l'hora de construir i narrar una notícia digital. Aquesta adaptació no es pot fer sense el suport de la recerca i la formació acadèmica que assentin i estructurin les bases teòriques necessàries per descriure quin ha de ser el perfil del periodista digital. Després de més de deu anys d'història del periodisme digital, però, no n'hi ha prou amb el debat teòric sobre com ha de ser el periodisme digital, cal avançar també en el coneixement que permeti millorar l'aplicació pràctica mitjançant la recerca.

Per altra banda, no es pot oblidar que els mitjans de comunicació actuen i formen part d'un context social característic i amb unes necessitats concretes. La comunicació digital i la seva accessibilitat crea i provoca més necessitat d'informació a l'opinió pública. Aquesta exigeix el dret a la informació, no només per assabentar-se dels esdeveniments que ocorren, sinó també per adquirir coneixements i poder gestionar altres aspectes de la seva vida social i personal. En l'actualitat els mitjans de comunicació han de conviure amb el paradigma de la societat del benestar que imposa unes demandes específiques pel que fa a la informació. L'objectiu d'aquesta societat és aconseguir la màxima qualitat de vida a tots nivells, i una de les preocupacions prioritàries és la salut.

La preocupació de la societat per la salut no és nou perquè data des dels temps que l'home és home, però en l'actualitat la salut acapara una parcel·la important de les activitats i dels coneixements de les persones.

Actualment, la població s'adona que la salut no és només absència de malaltia, com descriu la Organització Mundial de la Salut, és una forma de viure, d'actuar i de pensar, inunda la nostra quotidianitat. Els temes relacionats amb la salut, la medicina i tot allò que l'afecti és objecte d'interès social més enllà de la pròpia salut. Hom té necessitat d'informació sobre tots els temes que l'ajudin a tenir cura de la salut, a comprendre les malalties, a conèixer els nous recursos terapèutics, a saber quins són els seus drets i per gestionar la pròpia salut de forma autònoma. Per entendre la salut des d'una perspectiva integral i àmplia s'han d'estar informat sobre els recursos sanitaris, els drets i els deures en vers la salut, sobre les malalties i les seves causes, però també dels factors del medi ambient que poden esdevenir un risc, sobre els hàbits saludables i sobre les mesures necessàries per millorar la salut o evitar la seva pèrdua.

La salut, doncs, esdevé un tema preponderant en la comunicació i en el periodisme. Els Mitjans de comunicació cada cop estan adquirint més rellevància com a recurs informatiu en temes de salut i forma part de l'agenda mediàtica, demostrat per l'increment progressiu de les notícies de salut en tots els mitjans de comunicació.

Els periodistes s'enfronten a un tipus d'informació especialitzada que comporta la necessitat de coneixements específics i d'un tractament informatiu de qualitat. La informació sobre salut té unes finalitats i uns principis que complir per evitar conseqüències sobre la salut pública.

Mitjans de comunicació i salut convergeixen com a necessitat d'una societat del benestar, però també s'ha comentat que són els mitjans digitals que cada cop incrementen més en la societat xarxa. Amb aquestes premisses i tancant el cercle de les convergències, els temes sobre salut en els mitjans digitals esdevé una qüestió rellevant en comunicació de la societat en la que vivim. És lògic doncs que també esdevingui objecte i punt de mira d'estudis de recerca que cada cop s'incrementen més des de les diferents disciplines implicades: la comunicació, la sociologia i les ciències de la salut.

És des d'aquesta idea que parteix i es desenvolupa l'estudi que es presenta en aquesta memòria. L'objectiu principal del treball que s'ha realitzat és oferir una primera aproximació sobre la producció de notícies relacionades amb la salut en la premsa digital. Considerant les dades d'audiència de l'Oficina de Justificació de la Difusió i una anàlisi de les característiques dels principals diaris en línia que editen en llengua catalana, es determina limitar l'estudi a *El Periódico de Catalunya*, *l'Avui*, i *LaMalla.net*

Aquest projecte que es presenta pretén ser una exploració de les notícies sobre salut que apareixen en els principals diaris digitals publicats en llengua catalana en el període d'un mes. S'analitza el tractament que en fan, les seves característiques, l'aprofundiment i els continguts que desenvolupen. Tot tenint en compte, per una banda, l'amplitud dels àmbits relacionats amb la salut i, per altra banda, les possibilitats que ofereix el suport digital al diaris en xarxa en la producció d'informació. Tot això és el que es desenvolupa en la memòria que s'exposa.

La memòria consta de tres parts: en la primera s'hi exposa el marc teòric que contextualitza la temàtica i emmarca l'estat de la qüestió. En la segona part es plantegen els objectius, les hipòtesis i la metodologia de treball. I en la tercera es presenten els resultats. Per acabar amb unes conclusions i propostes.

1. Estat de la qüestió. Aproximació conceptual i teòrica

1.1 La societat de la informació. El context

La irrupció de canvis tecnològics en la informació i la comunicació que es venen donant des de fa uns quants anys provoquen una concepció diferent de la societat i fan replantejar els fonaments de la comunicació de masses. Les noves tecnologies de comunicació provoquen la necessitat de fer canvis en la producció, la transmissió, la gestió i el magatzematge de la informació. La informació esdevé un el recurs més valuós i adquireix importància per damunt d'altres processos socials, obrint pas a un nou model social.

Avui estem vivint en una societat emergent a la que s'anomena *Societat de la Informació* (i del coneixement). Un model social caracteritzat pel predomini de la informació o com diu Castells (2003:106), basada en l'*informacionalisme*, concepte que fa referència al fet que les activitats de totes les esferes socials es basen en la tecnologia de la informació, organitzada en xarxes d'informació i centrada entorn al processament de la informació. La societat de la informació es basa en la generació del coneixement i en el processament de la informació, amb l'ajuda de les tecnologies de la informació; s'organitza en xarxes i les seves activitats principals formen xarxes a escala global, treballant com una unitat de temps real gràcies a la infraestructura de les telecomunicacions i el transport (Castells, 2003). Però això no vol dir que la tecnologia sigui determinant (com seria segons el paradigma del *Determinisme Tecnològic*¹), sinó amb relació al context social, econòmic, cultural, polític, etc.

En la societat de la informació es va substituint l'organització jeràrquica de la societat industrial per l'organització en xarxes plurals per les que es difon i circula informació i que té com a expressió fonamental Internet. El desenvolupament cap aquest nou paradigma comporta canvis i transformacions en el que els processos de l'economia, de la política, de la societat, de la cultura que es veuen afectats per la capacitat de processar i distribuir informació (Castells, 2002).

¹ Teoria del "determinisme tecnològic". Anys '60. Aquesta relaciona la tecnologia mediàtica dominant amb les característiques socials, de forma que els canvis tecnològics determinen canvis socials.

S'ha produït una globalització de l'economia, canvis en les organitzacions empresarials i polítiques que a partir d'ara han d'incloure en les previsions les noves infraestructures, millora en el desenvolupament tecnològic, rapidesa en l'intercanvi d'informació, noves formes de relacions socials, de cultura i de coneixement.

En aquesta societat de la informació no és suficient la innovació tecnològica, cal que s'utilitzi de forma extensiva i plural, i això es produeix gràcies a l'empoderament (*empowerment*) que atorguen aquestes tecnologies als ciutadans per a gestionar els recursos, organitzar-se, treballar en comunitats sense fronteres, per gestionar gran quantitat d'informació a la que té accés i transformar-la en coneixement, i llibertat per produir-ne (d'aquí que també se l'anomeni *societat del coneixement*), i el seu ús com a instrument bàsic de comunicació.

Entre les transformacions que està provocant aquest societat informacional són d'interès específic les relacionades amb la comunicació: Internet com una nova eina; el diari digital, com a nou mitjà, el periodisme digital, una nova competència professional, la notícia dins una nova arquitectura de la informació i un nou paradigma de la comunicació de masses. Tots aquests canvis tenen repercussions en els fonaments tradicionals dels processos de la comunicació de masses, aspectes que cal estudiar per entendre'ls i aportar coneixements per a un millor aprofitament i adaptació al context social.

1.1.1 Internet: La Xarxa de xarxes

Una de les transformacions que cal destacar són les noves infraestructures de la comunicació són les xarxes, entre elles un nou mitjà de comunicació per crear i satisfer les necessitats d'aquesta societat: Internet, que constitueix una de les pedres angulars de la societat de la informació, d'aquí que Castells l'anomeni "Societat Xarxa". Gràcies a la tecnologia es pot processar la informació, transmetre-la de forma instantània i emmagatzemar-la en quantitats inimaginables. Una informació accessible de forma senzilla i ràpida, en qualsevol moment i des de qualsevol lloc, recurs que s'utilitza des de totes les esferes socials.

La instauració d'aquest nou mitjà ha estat més ràpida que altres. "A EEUU, la ràdio va necessitar trenta anys per arribar als 60 milions de persones; la televisió quinze; Internet ho va aconseguir en tres anys després de la world wide web" (Castells, 2003).

A partir de l'any 2000 la generalització de l'accés gratuït a Internet va fer possible un increment d'internautes a Espanya i Catalunya, tendència que s'ha mantingut fins l'actualitat. Internet està arribant a la maduresa com a tecnologia i com a mitjà de comunicació a Catalunya (Informe de la Comunicació a Catalunya, 2006). Segons diversos estudis s'accepta que Internet s'ha convertit en una eina d'ús quotidià per a varies activitats i entre elles com a font per obtenir informació. Al 2007 a Espanya més de 15 milions de persones són usuaris habituals de la Xarxa i és un dels principals mitjans i font d'informació.

Segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE,2007²), el segon semestre de 2006 es registraven gairebé tres milions d'internautes a Catalunya: 2.902.341 persones d'entre 16 i 74 anys havien utilitzat la Xarxa els darrers tres mesos, el 53,9% de la població catalana en aquesta franja d'edat.

Internet és un sistema útil a la societat de la informació ja que permet la gestió de la informació a escala global, de forma interactiva i facilita la comunicació entre individus de diferent geografia, cultura i societat, de forma ràpida. És una xarxa sense fronteres on l'espai i el temps adquireixen altres dimensions que les habituals. La descentralització i horitzontalitat de la seva estructura democratitza la comunicació i equiparant a tots els usuaris que tenen accés. Aquí no s'entrarà en les controvèrsies respecte als problemes d'accessibilitat, de segregació, a les diferències i a l'escletxa que està generant Internet, que seria tema de debat en una altre treball.

A Internet la informació es construeix en espais navegables en forma de xarxes on s'entrellacen i combinen diferents formats a disposició de les decisions del lector.

L'entorn digital dona lloc a noves formes d'estructurar la informació, noves narratives i diferent tractament dels missatges que s'emeten a través dels *cibermitjans*, com podrien ser els diaris.

² Per més informació consultar:

INE <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25/p450&file=inebase&L=0>;

Observatorio red.es: http://observatorio.red.es/estudios/documentos/actividades_internet_2007.pdf;

OJD: <http://ojdinteractiva.ojd.es/home.php>

Com diu Manuel Castells (2001:400):

“La integració potencial de text, imatges i so en el mateix sistema, interactuant des de múltiples punts en un temps triat – real o demorat- al llarg d’una xarxa global amb un accés obert i assequible, canvia de forma fonamental el caràcter de la comunicació “.

1.1.2 Comunicació de masses. Teoria alternativa

L’entorn digital com a mitjà, adquireix unes característiques que el diferencien notablement dels tradicionals i surt dels esquemes bàsics de la comunicació de masses. “Internet ha provocat la dissolució de les fronteres que separaven els mitjans en funció del seu suport i dels formats de la informació. Els mitjans digitals constitueixen noves realitats mediàtiques que ja no s’expliquen mitjançant els vells paradigmes matemàtics o ideològics de la comunicació” (José Luis Orihuela, 2000).

La premsa, la ràdio i la televisió van comportar canvis en la forma dels continguts, però no en l’esquema clàssic de la comunicació, en el que un sol emissor (professionals d’una empresa de mitjans) envia un missatge (escrit, sonor o audiovisual) únic, estàndard i lineal per un únic canal (premsa, ràdio, televisió) i que arriba a un receptor heterogeni, dispers, anònim i passiu que forma part d’una massa amorfa de gent amb escassa individualitat. La majoria de missatges no van destinats a ningú en particular i existeix una distància insalvable entre emissor i receptors. On la relació entre aquests és una comunicació bàsicament asimètrica i unidireccional i, excepcionalment, simètrica i bidireccional (televisió interactiva). On hi ha una hegemonia de l’emissor sobre el receptor. Una mica diferent de la comunicació que es pot establir gràcies a Internet. Malgrat els elements són els mateixos, les característiques canvien.

L’emissor de la informació ja no és un, sinó varis i no tenen perquè ser professionals, ni tampoc pertànyer a una organització o institució mediàtica. En aquest sentit la comunicació es democratitza, perquè tothom que tingui les eines pot produir continguts. Aquest fet implica que els periodistes ja no tenen l’exclusivitat de la informació i caldrà que adquireixin capacitats per elaborar un producte diferent, fins i tot un rol específic en la gestió de la informació.

Els missatges es poden configurar en base a diferents formats. No estan condicionats per la periodicitat del suport, es poden emetre i actualitzar contínuament, sense restriccions d'espais ni de temps. Els missatges no segueixen una estructura lineal i jeràrquica, sinó *hipertextual*, de forma que es pot convertir en únic, creatiu i imprevisible (segons recorregut que faci l'internauta per l'hipertext). L'organització coherent, comprensible i de fàcil navegació és un dels rols que haurà d'aprendre el periodista digital. Els missatges han de poder ser decodificats per diferents estrats de l'audiència.

El canal de la Xarxa és multimedial, de forma que els missatges es poden presentar integrant i combinant alhora, textos escrits, imatges, sons, vídeos, gràfics, etc.

Els receptors ja no són públics anònims, hi ha una segmentació de les audiències conforme a preferències o necessitats informatives. L'audiència deixa d'estar circumscrita a uns límits geogràfics i socials, l'audiència pot ser qualsevol persona del món que tingui accés a un terminal per connectar-se a la Xarxa. La *interactivitat* incrementa el potencial de comunicació entre individus que poden estar separats a gran distància.

L'abast global és una altra característica de la Xarxa, però el missatge no pot arribar a tots a l'hora:

“La Xarxa té un abast global i un consum de masses , però no és un producte de masses amb capacitat de recepció col·lectiva d'un mateix missatge que caracteritza als mitjans com la televisió” (Ward, 2002:135 a Díaz Noci, 2003: 428).

El flux de la informació no és només unidireccional hi ha una pluralitat en els fluxos d'informació, i a més esdevé *policrònica* si es consideren les diferents possibilitats temporals entre emissió i recepció.

La participació i la *interactivitat* que permeten els mitjans en línia doten a l'audiència d'un poder cada cop més gran sobre els mitjans. Els lectors poden influir en l'agenda i els continguts dels diaris digitals. L'hegemonia dels mitjans es compartida amb els lectors o usuaris dels diaris digitals.

Aquestes variacions en els elements de la comunicació també provoquen canvis en la **narració**, on s'hauran de combinar diferents llenguatges i formes (degut a la *multimedialitat*), i en les relacions narratives que s'estableixen entre lector i autor davant d'un text hipertextual, on pot haver una inversió dels acords tradicionals sobre la construcció del significat.

Davant aquest canvis del procés de la comunicació s'evidencia la necessitat de desenvolupar teories alternatives sobre la comunicació de masses, noves formes d'estudi dels mitjans i d'anàlisi del discurs. Però això no és nou, el debat està obert des dels inicis de les noves tecnologies, amb les prediccions d'Innis, fundador de l'escola de Toronto, i McLuhan amb la teoria del *Determinisme Tecnològic*, i en certa manera considerats precursors del paradigma de la societat de la informació, de la què ja s'ha parlat al principi.

Si són les noves tecnologies les que provoquen els canvis en la comunicació i en la societat, per entendre'ls millor caldrà aprofundir més en la descripció de les característiques del mitjà (el suport digital), les característiques del missatge (construcció dels textos i en el discurs), les de l'emissor (*ciberperiodisme*) i també del receptor (l'internauta).

1.1.3 Suport digital. El mitjà que condiciona el missatge

Els mitjans digitals al igual que els tradicionals són un suport per a informacions, però, com a nou canal de comunicació imposen un context dotat amb unes característiques diferents als altres. Aquest fet implica uns canvis en els mitjans de comunicació que afecten als continguts, els productors, les organitzacions i les audiències (Salaverría i Sádaba, 2003³). En aquest context els diaris digitals es presenten com un lloc web on s'ofereix informació en format multimèdia, jerarquitzada, actualitzada permanentment i amb possibilitats d'aprofundiment, magatzematge i comunicació directa amb els usuaris. I per altra banda els lectors adquireixen noves competències en la gestió de la informació de manera que els fa un ens actiu i partícip del procés de comunicació de masses.

Aquestes possibilitats plantegen necessàriament una nova forma de redactar els continguts informatius a la que s'han d'adaptar els periodistes. Davant de les noves tecnologies i sobretot amb Internet, Diaz Noci el 1999 ja plantejava que faria falta una nova forma de fer periodisme però que ni ell ni d'altres es posaven d'acord de com s'hauria de dir. Per a ell i altres autors (com Salaverría) el terme més adequat és "*ciberperiodisme*", per altres "*periodisme digital*" entre les terminologies més utilitzades.

³ citat a Salaverría, 2005

D'acord amb McLuhan: "el mitjà és el missatge", en cas dels suports digitals aquesta relació adquireix importància rellevant. El periodisme digital s'ha d'adaptar a les característiques diferencials que ofereix el nou suport tècnic que sens dubte influiran en el missatge, l'emissió i la recepció. Són molts els autors que en els darrers anys estan descrivint les característiques de la comunicació digital, però pel marc teòric d'aquest treball s'utilitzaran les aportacions de Salaverría (2005), Rubio Lacoba (2007), Mico (2006), García Jiménez (2007), Díaz Noci (2003) i altres autors citats en les obres dels autors anteriors.

Malgrat les característiques dels *cibermitjans* (com defineix Salaverría) puguin ser enumerades pels autors de formes diferents, tots coincideixen en unes mateixes característiques essencials: policronisme, multidireccionalitat, hipertextualitat, multimedialitat i interactivitat. Aquestes característiques possibiliten un nou llenguatge periodístic que ha de tenir en compte el periodisme digital (o *ciberperiodeisme*) en una producció innovada i renovada de continguts, que passa per l'aprofitament d'aquestes característiques. Per entendre quina és la implicació real i els canvis als que s'ha d'adaptar la redacció periodística del mitjans digitals cal abans definir en què consisteixen.

Policronisme és una terminologia encunyada per Salaverría (2005) que fa referència a les múltiples possibilitats de relació temporal que es produeixen entre la emissió i la recepció. Mentre el temps d'emissió és un, el de recepció pot ser divers ja que al no haver barreres físiques el missatge emès pot ser rebut en qualsevol part del món amb les conseqüències de temporalitat que això representa quan a horaris. També cal tenir en compte que els documents digitals són arxivats i poden ser rebuts i llegits dies després d'haver estat escrit. Fets que ha de tenir en compte l'emissor en la construcció d'una notícia.

Multidireccionalitat fa referència a les diverses direccions de la comunicació. Mentre la majoria de mitjans són unidireccionals (d'un emissor a un receptor o varis receptors), els mitjans digitals a més poden ser bidireccionals (possibilitat de resposta com permeten alguns mitjans com la ràdio) i multidireccionals (de varis emissors a varis receptors amb possibilitat de resposta) que no ho permeten altres mitjans.

Aquesta característica i la tecnologia digital també permeten diferents formes de consum del text digital. Els usuaris poden fer lectures individuals i privades, però també poden ser llegits i manipulats per varies persones alhora: la lectura simultània i la redacció col·laborativa a distància (Salaverría, 2005).

Instantaneïtat, continuïtat i permanència

Cal afegir, encara algunes variables que fan canviar la concepció del temps: la immediatesa en la publicació d'un esdeveniment, l'actualització permanent de continguts que ofereix el suport digital i la capacitat de emmagatzemar tots els continguts indefinidament.

La instantaneïtat és una de les característiques que es demana dels *cibermitjans*. No és suficient de bolcar a la xarxa l'edició en paper digitalitzada, que és el que feien els mitjans en un principi, cal una actualització constant. Els lectors dels diaris digitals demanen la informació en el mateix moment en que es produeix i volen saber l'evolució dels fets contínuament. Demanen immediatesa, una característica que abans era exclusiva de les agències de notícies i que ara es demana als mitjans digitals. Aquest fet comporta canvis en les redaccions dels mitjans i en les rutines periodístiques, que no tenen horaris fixats per a les "últimes hores" en la informació, com en els tradicionals. L'actualització exigeix la renovació continuada de la informació per anar afegint de forma permanent les noves dades que van sorgint.

D'aquí se'n desprèn un altre fenomen que no es dona als mitjans tradicionals, i és el fet de que dos lectors que entrin en la mateixa notícia en poc temps de diferència poden estar llegint continguts diferents, fins i tot pot passar que en el moment de la lectura ja s'estigui modificant la notícia. El paradigma per alguns autors (Fernando Moreno, Salaverría, Díaz Noci, Orihuela) és si s'han de continuar anomenant "diaris", quan el paradigma de la freqüència periòdica es veu superat pel de permanència. Però, en el treball no s'entrarà en aquest debat.

La immediatesa i la necessitat d'actualització continuada també pot tenir un inconvenient: que els mitjans digitals esdevinguin llocs només de primeres notícies o prèvies. Notícies curtes, superficials, sense confirmar o contrastar, sense aprofundir en posteriors versions per manca de temps, i que comporti una interpretació definitiva incorrecta o arribi massa tard per rectificar les conseqüències.

Els mitjans digitals corren més risc de ser manipulats, de publicar falses notícies o rumors sense comprovar, amb les conseqüències que això pot comportar depenent del tipus d'informació que s'està donant.

Si una de les característiques que proporcionen els *cibermedis* és la fugacitat de la informació d'actualitat, també ho és la permanència. La tecnologia digital permet l'acumulació de la informació de forma indefinida. En qualsevol lloc i en qualsevol moment es poden rescatar informacions en les formes en que s'hagin arxivat (documents, imatges, gravacions...), tant per part del periodista com per part de l'usuari per completar o aprofundir i pot ser referència o referent per a una notícia actual. La navegació enllaçada a través d'aquests recursos permeten una lectura hipertextual (alternativa a la lineal dels mitjans tradicionals), i dota als mitjans digitals d'una profunditat impensable en els mitjans analògics.

Hipertextualitat és de les característiques que tenen més implicació en la construcció dels textos digitals i la qualitat d'*hipertextual* la que més definicions ha provocat, des dels principis de la Xarxa. La *hipertextualitat* és la capacitat de crear *hipertextos*, terme que s'atribueix a Ted Nelson el 1965, i que ell defineix com "estructura que no es pot imprimir de forma apropiada" (1990). Una definició molt poc aclaridora que ens remet a la cerca d'altres que aportin més característiques definitòries. Segons Pierre Lévy (1990) "tècnicament un hipertext és un conjunt de nodes units per connexions. Els nodes poden ser paraules, imatges, gràfics o parts, seqüències sonores, documents complets que a la vegada poden ser hipertextos" (citat a Scolari, 2003), dit d'una altra manera, interconnexió entre diversos textos digitals entre sí gràcies a la programació d'uns enllaços. Segons varis autors, una estructura molt propera al pensament que funciona per processos associatius.

El periodisme digital pot oferir una informació actualitzada i elaborada en profunditat, però no pas en el sentit lineal o seqüencial de la narració com en els diaris impresos, sinó de forma hipertextual o en xarxa, amb possibilitat de múltiples accessos. Tenen la possibilitat d'acumular la informació i trenquen amb la continuïtat en l'espai i el temps i es trenca amb la jerarquia en el recorregut lector. L'hipertex, segons alguns autors (Hall 2001:66, Sandoval a Díaz Noci, 2003:427), també es pot considerar com una trajectòria particular, un itinerari seguit per cada lector a través dels enllaços, constituint així una notícia hipertextual.

La *hipertextualitat* es pot desenvolupar gràcies a l'ús de l'espai multidimensional que permeten els mitjans digitals. No és un espai pla com en als convencionals, permet capes i nivell d'aprofundiment on s'hi poden incloure diversos elements informatius a part del text: àudios, vídeos, documents, infografies en moviment o interactives, notícies relacionades, altres pàgines i llocs webs.

Aquesta estructura permet a l'usuari navegar amb autonomia per les diferents propostes que se li ofereix i així, poder satisfer les necessitats individuals, desenvolupant una lectura única i diferenciada dels altres lectors a l'hora de gestionar el nivell de coneixement.

Però aquestes possibilitats no s'utilitzen ni prou, ni bé en tots els diaris digitals. Díficilment es pot aprofundir en la informació per mal ús dels enllaços o per dèficit. La xarxa ha evolucionat cap una estructura hipermèdia, però l'hipertext que s'utilitza avui en dia està encara lluny de les potencialitats d'aquest element (Lacoba, 2007). Els periodistes han d'adquirir la capacitat de saber utilitzar aquesta característica i gestionar la informació de forma adequada per ajudar els usuaris a navegar per un hipertext coherent. L'estructura no lineal també requerirà una construcció del missatge diferent, amb una narració pensada més en la informació que en el suport i amb les possibilitats que ofereix la Xarxa en recursos narratius.

Multimedialitat

És la capacitat, segons Salaverría (2005:33), atorgada per el suport digital, de combinar en un sol missatge informatiu com a mínim dos dels tres elements següents: text, imatge i so. Però, aquesta condició no és suficient, perquè sinó ho serien gairebé tots els mitjans (menys la ràdio). Segons Tannenbaum (1998, citat a Salaverría, 2005) cal que els elements siguin controlats per ordinador, ja que la digitalització fa possible integrar aquests elements en la composició hipertextual d'una mateixa identitat discursiva.

Els continguts multimèdia són inherents i caracteritzen els mitjans *on line*, però igual que en els altres mitjans, s'han d'utilitzar pel seu valor en el missatge, no només perquè sigui fàcil utilitzar aquests tipus de materials, o perquè el seu disseny cridi l'atenció. Encara que es tinguin documents de text, imatges, arxius de so o de vídeo, no vol dir que s'hagin d'utilitzar en les notícies, a menys que siguin necessaris per comprendre la notícia o contextualitzar un esdeveniment. En cas contrari pot distreure l'atenció i com diu Sandoval (a Díaz Noci, 2003:439) : "cualquier cosa que no pertenezca a la información produce ruido visual".

Interactivitat

Aquesta característica pot ser la que més diferencia els mitjans digitals dels tradicionals, i s'acosta més a la comunicació interpersonal. La Xarxa permet una comunicació bilateral a diferència de la unidireccionalitat típica dels canals de difusió de la premsa, la ràdio i la televisió. Els lectors dels diaris *on line* s'han convertit en agents actius en el procés de la comunicació de masses. La tecnologia digital permet un periodisme interactiu mitjançant la comunicació en varies direccions: usuari - fonts d'informació- periodista ; usuari- usuaris; usuari- aprofundiment de la informació que desitja; usuari- arxiu.

La tecnologia permet als diaris digitals posar a l'abast dels usuaris elements per interactuar. Instruments com els fòrums, els xats, les enquestes i els comentaris a les notícies, permeten als lectors posar-se en contacte directe amb els mitjans o amb altres lectors, de forma que esdevé una font de retroalimentació. També es pot considerar interactivitat l'activitat que el lector pot tenir amb els arxius dels medis digitals a través de les bases de dades (Salaverría, 2005) per cercar i ampliar informació.

La interactivitat que possibilita la Xarxa dona a la audiència més poder de comunicació que els mitjans tradicionals de masses (com s'està donant amb els *blocs*). Els lectors poden triar, emmagatzemar, editar i reenviar informació (García Iriarte, 2001, a Salaverría, 2005), tenen la possibilitat d'opinar i ampliar informacions, col·laborar en la producció del missatge i en la seva interpretació particular. Aquest fet planteja un canvi en el periodisme respecte dels lectors, molt habituat a "parlar" i poc a "escoltar", que faciliti canals que promoguin la interactivitat i els usuaris puguin també formar part de les font d'informació (Rubio Lacoba, 2007: 36-37; Salaverría, 2005:). La interactivitat permet una comunicació amb retroalimentació immediata impensable en els mitjans tradicionals i provoca un canvi de rols: el receptor es pot convertir també en emissor i l'emissor es converteix en receptor .

La majoria de vegades la interactivitat encara està restringida al pas de pàgines, a ampliar fotografies i algun comentari a la notícia. Però la veritable interactivitat ha de permetre a l'usuari no només controlar el flux de la informació, sinó també la quantitat (Prieto:158, a García Jiménez, 2007), escollint el recorregut hipertextual a través d'enllaços que ofereix la notícia. Aquest seria un nivell bàsic d'interactivitat, però els *cibermitjans* poden oferir nivells més complexes com el diàleg del lector amb el periodista, amb algun entrevistat o amb altres usuaris. El text serà més interactiu quant més permeti als lectors reestructurar-lo segons els propis objectius i quant més utilitzi punts d'entrada jeràrquics (Sandoval,M,T. A Díaz Noci, 2003).

El *policronisme*, la *multidireccionalitat*, la *Instantaneïtat*, la *continuitat i permanència*, la *hipertextualitat*, la *multimedialitat* i la *interactivitat* són les característiques bàsiques del suport digital que doten als mitjans en línia d'unes potencialitats i que provoquen uns canvis en la forma de comunicar i d'informar. Cada nou mitjà en funció del seu potencial comunicatiu i del suport utilitzat ha desenvolupat uns continguts, un llenguatge, una sintaxi i una estètica pròpies (Orihuela, 2002), així per informar en Internet, com a nou mitjà, s'han de fer uns canvis en l'estructura de la narració i els recursos.

Com es pot preveure, les característiques de la Xarxa anteriorment descrites i una interpretació diferent del procés de la comunicació de masses, comportaran rellevants canvis que els diferenciaran dels mitjans tradicionals. Els mitjans de comunicació tradicionals han d'adaptar les capçaleres a les característiques de la xarxa, i s'obre la possibilitat de crear empreses de mitjans específicament digitals.

1.1.4 Digitalització de les capçaleres. Un canvi

En el context social actual on la presència de la comunicació és essencial i on el desenvolupament de les tecnologies digitals i la penetració d'Internet es troben en una cursa inaturable, els mitjans no es poden quedar al marge. Els mitjans de comunicació s'han d'innovar, transformar per adaptar-se al nou entorn digital: s'han de *digitalitzar*⁴.

A partir de la dècada dels noranta es comença a introduir Internet en els mitjans de comunicació. Al voltant del 1992 les principals capçaleres nord-americanes comencen a tenir la seva versió *on line* dels periòdics en format paper. Alhora, gràcies als navegadors (Mosaic, Netscape i Explorer) apareixen nous actors i llocs d'informació a la xarxa, empenyent als mitjans de comunicació tradicional a fer-se presents en aquesta.

Les primeres iniciatives a l'Estat espanyol comencen l'any 1994 de mà del setmanari *El Temps de València* i els diaris *Avui*, *El Periódico de Catalunya* i *La Vanguardia*, a Catalunya. I els diaris amb seu a Madrid *ABC*, *El Mundo* i *El País* els segueixen. A partir d'aleshores comencen a aparèixer capçaleres exclusivament editades en versió digital com Vila Web el 1995 i LaMalla.net el 1999.

La digitalització dels mitjans és un procés recent i que encara s'està produint. Per això les capçaleres es troben en diferents fases de transformació. En un principi la versió digital era una reproducció de la versió impresa, un *bolcatge* (Franquet, 2006; Scolari, 2007) del material destinat al suport paper sense modificacions, publicats al web en format PDF o imatge. Seria, segons Cabrera (2004) el model *facsimil*, que encara utilitzen alguns mitjans que no han evolucionat cercant un format propi. D'altres han començat el procés de l'*adaptació*, és a dir, que comencen a complementar l'edició afegint elements propis de la xarxa, com elements multimèdia i hipertextuals. Segons Cabrera, però, la darrera fase del desenvolupament seria el model *multimèdia*, en què el mitjà digital esdevé independent de la publicació impresa, i es creen continguts específics per al web i s'ofereixen espais interactius.

⁴ Scolari et al. (2007), defineixen "digitalització" com un procés caracteritzat per l'aparició de suports textuais i dispositius de producció i distribució de la informació basats en el codi binari; intercanvis d'informació a través de xarxes basades en la transmissió per paquets de dades; noves formes d'organització de la producció i noves lògiques de creació i transmissió de la informació; i convergències de llenguatges, mitjans i empreses.

Després de més d'una dècada d'irrupció de les capçaleres en línia a l'Estat espanyol i a Catalunya, actualment ja hi ha una certa consolidació pel que fa a la implantació d'aquests mitjans.

Segons les xifres de la darrera observació feta sobre l'audiència d'Internet de *l'Estudio General de Medios* (AIMC, octubre/novembre de 2007, audiència de Internet), una font de referència acceptada en el món de la comunicació, els usuaris a Espanya era de 15.771.000, un increment substancial si es compara amb l'observació feta a principis del mateix any (febrer/març 2007) amb 9.631.000 usuaris, dels quals els catalans representaven el 17,7% (INE 2008). La penetració per comunitats autònomes deixa a Catalunya en un bon lloc 45,5%, només superat per la Comunitat de Madrid amb 50,6%. Les estadístiques d'ús d'Internet constaten un creixement sostingut que supera el 50% de la població⁵

Aquesta transformació i adaptació tecnològica representa un esforç pel mitjà i els professionals, que no es pot donar en tots els casos. La situació és diferent per aquells diaris en línia que s'han creat expressament i que ja han organitzat la redacció i l'equip humà per a tasques específiques per el tipus de format multimèdia.

1.1.5 Capçaleres digitals en català

Les capçaleres dels diaris que publiquen en català també han d'afrontar el repte de crear versions digitals per competir amb diaris creats només per a la versió digital.

Un estudi realitzat el 2003 (Salaverría, 2005) constata que Catalunya és el territori de l'Estat espanyol amb més publicacions digitals d'informació general: d'un total de 1.274 webs informatius recollits al cens, 143 mitjans generalistes i 63 especialitzats eren produïts a Catalunya. D'aquests, 113 tenien com a llengua principal el català, principalment entre els generalistes. I continua l'aparició de noves capçaleres durant els anys 2005 i 2006. (Informe de la Comunicació a Catalunya, 2007).

⁵ Informe de la Comunicació a Catalunya, 2005-2006

D'altra banda, els principals mitjans digitals catalans van renovar a fons el disseny dels seus webs durant aquest període (VilaWeb i e-notícies, el 2005; Catalunya Ràdio, els portals informatius de la CCRTV -amb un nou domini comú, Noticies.cat, a banda dels habituals-, *La Vanguardia*, LaMalla.net, *El Periódico de Catalunya*, *Avui*, *Diari de Barcelona* i l'Agència Catalana de Notícies, el 2006).

L' *Oficina de Justificación de la Difusión* (OJD) audita nombroses capçaleres digitals de forma que les xifres obtingudes orienten en la difusió, o en aquest cas millor dit les audiències (visites) o el desplegament del lloc web (nombre de pàgines).

Es poden consultar en la seva pàgina web (<http://ojdinteractiva.ojd.es>) les dades actuals i l'evolució de les capçaleres digitals catalanes auditades. Les dades consultades en la darrera observació (juliol 2008) d'alguns diaris digitals editats en català es poden veure en la *taula 1*.

Taula 1. Audiència diaris digitals juliol 2008

Diari digital	Visites	pàgines
<i>Periódico de Catalunya</i>	4.654.074*	19.913.350
<i>Avui</i>	813.584	381.648
LaMalla.net	123.919	613.272
Vilaweb	1.090.696	4.274.919

Font: elaboració pròpia a partir de dades publicades per l'OJD

*No es poden diferenciar les visites en català i en castellà

Aquests són les capçaleres digitals catalanes d'àmbit general auditades per l'OJD de més difusió i les que han estat objecte d'anàlisi del treball que es presenta, és per això que se'n fa seguidament una breu descripció.

El Periódico de Catalunya.com, propietat del Grupo Zeta, va començar les primeres proves digitals el novembre del 1994 com una de les primeres capçaleres de l'estat, de difusió diària, en desenvolupar una versió digital. Aquest primer lloc web consistia en una portada, algunes notícies, el tema del dia i l'editorial. Era un *bolcatge*⁶ dels continguts en format HTML, i es podia obtenir en format PDF les pàgines del diari.

⁶ Presentació en línia de les pàgines de la publicació impresa en format PDF o en forma d'imatge (escàner) Cabrera, 2004

Des del 1997 es comencen a fer canvis en el format fins la versió actual, ja adaptada al suport digital i amb molts elements multimèdia, en la que hi treballa un equip que es dedica a la gestió d'espai i continguts en línia. Esdevé un portal de notícies que s'actualitza constantment, tot i que conserva algun contingut del model de *bolcatge*, com algunes notícies mostren la mateixa informació que la versió en paper, que no s'actualitzen (Franquet, 2006). El web apareix en les dues versions lingüístiques (català i castellà). Es pot accedir a l'hemeroteca de les notícies en línia o a l'arxiu de l'edició en paper en format PDF.

La pàgina web del diari *Avui* neix l'abril del 1995, alhora que es canvia la maquetació del diari imprès. Fins el 2007 la pàgina web era un *bolcatge* o *facsimil* dels continguts de l'imprès, i l'hemeroteca (que disposa des del 2001) són els arxius d'aquesta edició en format PDF (Franquet, 2006). En el primer disseny del web només s'utilitzava una imatge en portada, no hi havia continguts hipertextuals i multimèdia. Les notícies complertes només són textuais, sense cap recurs gràfic. I a partir de finals del 2007, en que va patir una profunda remodelació del web, s'editen els continguts en línia hi ha elements multimèdia i recursos gràfics en la notícia, i a l'hemeroteca es poden trobar les notícies en ambdues versions.

LaMalla.net neix el 1999 impulsada per la Diputació de Barcelona. En un principi s'especialitza en oferir informació local i relacionada amb les noves tecnologies, més tard s'amplia a tots els àmbits geogràfics (Catalunya, Espanya, Internacional) i dona informació generalista. Actualment, es considera un mitjà d'informació exclusivament en línia que depèn funcionalment de la Diputació de Barcelona.

El portal de notícies *Vilaweb* apareix el 1995, de la mà de l'associació privada de periodistes: *Partal, Maresme i Associats*, amb un model innovador en el que s'incorpora des d'un principi elements participatius. El web del diari es conforma a partir d'informació local d'abast al territori català, gràcies a l'acord entre diverses empreses editorials de rotatius comarcals. És una redacció creada exclusivament per gestionar els continguts del diari en línia, i oferir altres serveis en línia.

La digitalització de les capçaleres no és suficient per abordar els canvis que comporta la societat xarxa. Caldrà desenvolupar la investigació en aquesta nova forma de comunicació i la formació de periodistes amb competències en periodisme digital, per gestionar el nou mitjà.

1.2 Periodisme digital

Un nou suport per a la informació comporta una adaptació dels textos i de les rutines dels professionals del periodisme. Davant del nou paradigma informacional també s'enceta el debat sobre quin ha de ser el rol del periodista digital en aquest nou escenari. Caldrà investigar i definir quines són les necessitats informatives i en quins aspectes caldrà formar els periodistes.

1.2.1 Recerca i formació en periodisme digital

La recerca científica en el camp de la comunicació digital creix i es desenvolupa de la mateixa forma que adquireix importància social. La preocupació per entendre els processos en un context cibernètic, interactiu, hipertextual, ha generat i està generant diversos estudis i treballs. El periodisme digital és un mitjà encara molt nou i amb unes característiques definitòries pròpies que ja comporten de per sí un camp a la recerca.

Internet com a nou mitjà i concepte polièdric ofereix múltiples vessants per a la recerca des de diferents perspectives. Es troba un gran ventall d'informes i resultats de recerca que ofereixen dades sobre aspectes fonamentals dels mitjans digitals, la seva difusió i els seus usos: estudis tecnològics, d'audiències de l'ús social (*La sociedad de la información en España*, de Telefónica; *Proyecto Internet Catalunya de la UOC*), del ús en els mitjans (*Estudio General de Medios*, *Oficina de Justificación de la Difusión*, Observatori de la societat de la Informació a Catalunya, *Observatorio Red.es*, etc) dels processos de digitalització dels diaris, estudis sobre el canvi de les rutines periodístiques i sobre el periodisme i la redacció digital (Franquet, 2006). Alguns estudis s'han centrat en capçaleres digitals com les aportacions de Rubio Lacoba (2007) en a l'anàlisi de l'estructura de les notícies digitals, o Armentia (2000) per a l'anàlisi dels continguts digitals. Franquet i Scolari (2006, 2007) fan una interessant aportació sobre les característiques d'algunes capçaleres digitals en llengua catalana, que esbossen i perfilen la situació del desenvolupament de la premsa digital a Catalunya.

També és una tasca de les institucions i organismes públics, universitats, empreses i fundacions privades relacionades en l'àmbit d'Internet, implicar-se en investigar al respecte. Caldrà aportar totes les dades requerides per mostrar quines són les necessitats reals d'aquesta societat de la informació i del coneixement, i continuar fent propostes per satisfer-les.

El repte que planteja la xarxa al periodisme del nou segle és aprendre a desenvolupar per una banda noves habilitats tècniques i per altra competències lingüístiques que permetin crear textos periodístics hipertextuals i multimedials, tot comptant amb complicitat d'un lector participatiu més que no pas destinatari. És un deure de totes les universitats redefinir els continguts i procediments de formació acadèmica que incloguin competències (habilitats i coneixements) que capaciten el periodista per a un nou perfil professional. Cal redissenyar els Plans d'Estudi de les carreres de comunicació conforme a una anàlisi prèvia de les competències específiques i de la seva descripció com ja s'està desenvolupant en alguns projectes ("Comunicadors digitals", xarxa ICOD⁷), i propostes (Mico, 2006 en *Periodisme a la Xarxa*, entre altres) i que no es queden només en els continguts sinó també en les metodologies digitals en l'entorn universitari (Pardo, 2006⁸).

1.2.2 Periodisme digital. Un repte professional

En la societat de la informació i conseqüent a les innovacions tecnològiques i a les demandes social, sorgeix el periodisme digital, que s'ha d'adaptar a les característiques que li imposa el nou suport.

EL 1996 el periodista Luís Ángel Fernández Hermana⁹ en una sèrie d'articles sobre periodisme digital deia: "los periodistas [a Espanya] todavía no han tomado Internet al asalto". En aquests articles Fernández Hermana reclamava un nou periodisme adaptat a les possibilitats que oferien les noves tecnologies i les característiques de la xarxa, com a puntal bàsic per la Societat de la Informació que s'estava edificant.

Avui, ben entrar el segle XXI i segons la setena edició del Congrés Nacional de Periodisme Digital (Osca 2006), no s'ha arribat gaire més lluny. Uns quants periodistes han saltat a la xarxa, però se'n troben pocs, i molts no utilitzen el potencial d'Internet, s'ha fet un pas endavant en la digitalització de les capçaleres i s'ha produït molta literatura al respecte, però encara no es troben periodistes amb el perfil adequat.

⁷ Xarxa ICOD: Xarxa Iberoamericana de Comunicació Digital

⁸ "Un modelo de aplicación web institucional universitaria. El caso de los WECOM: webs de facultades de comunicación de iberoamerica".

Tesi doctoral

⁹ "En busca del periodismo digital". Editorial 40 i 41 de la Revista en.red.ando

Difondre informació ja no és exclusiva dels mitjans i menys dels digitals que competeixen amb tota la informació emmagatzemada a la xarxa. El lector té molta informació però es perd a l'hora de triar l'adequada. El periodisme ha de patir una transformació, la Societat de la Informació exigeix un tipus de professional de la comunicació diferent al que s'ha format fins ara, no n'hi ha prou en l'ús de la xarxa com a font de dades i difusió de les notícies que es publiquen en premsa escrita, la ràdio o la televisió. El periodisme digital ha de convertir Internet en un mitjà de comunicació amb unes característiques que el diferenciïn dels mitjans tradicionals.

El periodisme digital ha d'adquirir una altra funció per satisfer les necessitats emergents dels lectors: ajudar a la interpretació i a l'anàlisi de la realitat, contextualitzant la informació. A part de ser redactor, el periodista ha de saber gestionar la informació: buscar, contrastar, organitzar, filtrar dades per articular textos enllaçats adequadament per que siguin útils a la gent. O com diu Vicens Partal: el periodista ha de ser un "cartògraf de la informació"¹⁰. Per això caldrà que els periodistes s'especialitzin en àrees determinades de coneixements, explotin el màxim les eines tecnològiques que ofereix la xarxa i aconseguixin un elevat grau d'interactivitat amb els lectors (Fernández Hermana, 1996).

No s'ha d'oblidar, tampoc, que l'orientació del periodisme digital ve donada en part per la demanda dels lectors, són ells els que decideixen amb un clic de *mousse* què volen saber i quan. Els usuaris busquen informació conforme a les seves expectatives, exigències i necessitats particulars de cultura i coneixement. El lector ha de poder triar el nivell d'aprofundiment al que vol arribar en la informació sobre un tema, demanant als mitjans allò que és del seu interès. Els periodistes hauran de compartir amb els lectors la funció de *gate-keeper* i d'*agenda-setting en la comunicació de masses*, gràcies a la interactivitat i el *feed-back* que proporcionen els mitjans digitals entre ambdues parts.

Segons Souvirón¹¹:

"La importancia fundamental del periodismo en Internet es que los informadores ya no decidimos lo que debe saber el público y lo que no. Ahora es el propio público quien lo decide. Interactuamos juntos en la información. [...] Los internautas deciden lo que es importante y estamos obligados a escucharles, porque en caso contrario, nos abandonarán". (*El País*, 26.4.07)

¹⁰ "Periodistas y documentalistas: ¿dónde está la frontera?". Conferència inaugural dels Estudis d'Informació i Documentació de la UOC. 2006. <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/partal0402/partal0402.html>

¹¹ Director de BBCMundo.com, premiat el 2007 com a millor treball de periodisme digital.

Els criteris específics que ha de tenir en compte un periodista pel que fa a construcció d'una notícia digital s'aniran desgranant en l'apartat següent a mida que s'exposaven les característiques dels mitjans digitals i les que els periodistes s'han d'anar adaptant mitjançant l'aprenentatge i l'experimentació.

El periodista digital ha de fer canvis en la disposició de la informació i la construcció del missatge tenint en compte aspectes que divergeixen dels mitjans tradicionals. Les pàgines adquireixen un altre significat, ja no hi ha un ordre jeràrquic que distingeixi les pàgines parells o imparells, la pàgina principal de les secundàries; amb això i l'actualització també perden categorització les notícies segons la importància que se li donen. No hi ha limitació de l'espai per columna o temps de narració, ni tampoc de pàgines. Caldrà aprendre una nova forma de construir les notícies i també de llegir-les

1.2.3 Arquitectura de la informació. La construcció de la notícia digital

Notícia es podria definir, de forma senzilla, com el relat d'un fet comprovable, d'interès general i que es comunica a un públic massiu. Però aquesta definició no diu com s'ha de comunicar aquesta informació perquè sigui comprensible per als destinataris, veraç i creïble; aquesta definició serveix per a qualsevol mitjà, però tampoc diu com s'ha d'adequar als mitjans digitals.

La definició de notícia digital s'ha de concebre també a partir de la multimedialitat i de l'hipertextualitat. La manera de presentar una notícia en els mitjans digitals segueix un format diferent, en alguns elements, a les notícies dels mitjans tradicionals. Han de combinar text, imatges, so, gràfics, vídeos, infografies, han de contenir enllaços, elements interactius, tenir en compte totes les característiques pròpies dels *cibermitjans* i organitzar tota la informació de forma adequada per ser llegida amb facilitat.

“Una notícia en línia és la combinació harmònica d'imatges en moviment i estàtiques, text oral i escrit, gràfics i, si escau, efectes visuals, que es matisen mútuament, s'enriqueixen i es complementen” (Micó, 2006:38).

Per estructurar les notícies es poden fer servir els models convencionals de les 5w i de la “piràmide invertida” tot i que alguns autors (Hall, Ward, Edo aDíaz Noci, 2003) no veuen en principi , aquest darrer com el mètode més adient pels mitjans digitals. D'altres autors (Scolari, Orihuela, Salaverría, Peiró i Dominguez a Micó, 2006) li troben la seva utilitat però insuficient, cal altres recursos per la composició hipertextual i multimèdia, i experimentar amb nous formats.

Si es segueixen com a base les formes tradicionals es construeix la notícia de forma que la informació principal (contestant el què, qui, quan, on i com) s'ha de trobar al principi, entre el titular i l'entradeta on hi consti tota la informació en forma d'idees clares, perquè si un internauta no hi vol aprofundir pugui entendre la història. La informació més detallada sobre l'esdeveniment i les dades complementàries es reparteix en els altres textos de forma jeràrquica i decreixent segons la seva importància, però no només de forma lineal, sinó també en profunditat i en forma de xarxa.

Les parts discursives de la notícia parteixen del format tradicional: encapçalament, entradeta, cos de la notícia, elements propis de la notícia digital i narració.

- **Encapçalament**

Datació. La continuïtat en la informació, l'actualització permanent té implicació a nivell laboral, en les rutines periodístiques, però també en la redacció de la notícia en la que és molt important incloure no només la data sinó també l'hora de l'actualització per no confondre al lector. En l'emissió de les notícies per qualsevol mitjà és important la data perquè és un referent de temps a l'actualitat de l'esdeveniment. En els mitjans digitals és especialment important, no només la data sinó també l'hora, doncs cal un referent més immediat a la constant actualització de les notícies dels diaris digitals.

Els titulars (títol, subtítol i avant- títol) sempre s'han utilitzat per cridar l'atenció del lector a part de ser per ells mateixos un resum informatiu. En els mitjans digitals adquireixen més importància perquè els titulars són els primers elements que llegeixen els lectors¹² i els que motivaran o no al lector a prémer el vincle per continuar navegant des de la pàgina inicial a les pàgines que ofereixen el text complert i altres elements relacionats.

Entre altres usos, un fet que dóna importància al títol és el de ser referència pels buscadors i guia pels usuaris de la Xarxa quan fan una cerca individual per temes. Així un titular ha de ser concís, clar, atractiu, intel·ligible sense el context, si pot ser d'una sola línia i relacionat amb la història de la notícia (Díaz Noci, 2003:431).

S'ha de tenir en compte també l'abast global de la notícia per la qual cosa cal especificar millor els càrrecs que no pas els noms (o ambdós), per poder orientar a les persones alienes al context social on es produeix la notícia. Igualment s'ha d'evitar les referències geogràfiques que tenen sentit per a un lector local però no per un estranger. De la mateixa forma que s'han d'evitar frases fetes que tenen sentit en una cultura però que són incomprensibles en una altra (Sandovala Díaz Noci, 2003:432).

L'entradeta aporta la informació essencial de la notícia i la seva funció junt al títol és la d'enganxar el lector perquè cliqui en ell i arribi a la informació enllaçada. A Internet l'entradeta es troba en una pantalla diferent a la del text que precedeix, i de vegades es repeteix en el text.

En els mitjans digitals s'utilitza en les pàgines principals, o en els *banners* d'última hora, i també és el text que habitualment surt en els buscadors darrere el títol per orientar els internautes. Poden estar formades per text o anar acompanyades per una fotografia. En les notícies dels mitjans digitals no s'acostumen a incloure entradetes en el text per ser normalment curtes, però en cas de que es s'introdueixin en les notícies llargues, Concha Edo (2005:95)¹³ recomana utilitzar menys paraules, llenguatge directe i prescindir de dades innecessàries.

¹² Estudi Eye Track Study del Poyter Institute de Florida (citat a Díaz Noci, 2003: 432)

¹³ citat a Díaz Noci, 2003 : 433

- **La notícia**

El cos del text de la notícia completa el que s'ha anunciat al títol i en l'entradeta. El primer paràgraf pot coincidir amb el que s'ha escrit per la pàgina principal, i en el altres es desenvoluparan els continguts. Les notícies dels mitjans digitals acostumen a ser breus, però no tant com perquè siguin resums on faltin dades d'interès. Jakob Nielsen (2000:101)¹⁴ recomana escriure la meitat del que s'escriuria en paper o no ocupar més del que serien dues pantalles (entre 35 i 45 línies a un cos 11). Armentia i cols. consideren que els textos no han de ser molt extensos tenint en compte que l'espai visual d'una pantalla són unes 25 línies aproximadament i que els lectors de la premsa digital prefereixen la utilització d'enllaços que les barres de desplaçament.

En cada paràgraf s'ha d'expressar un tema o idea de forma clara, rigorosa i amb estructura senzilla. Tot amb un llenguatge senzill, amb precisió, concisió, exactitud i correcció (Micò, 2006:37). La *BBC News Online*, diu Mike Ward (a Díaz Noci, 2003:441) té la “regla dels quatre paràgrafs” on disposa que la informació fonamental, incloent context i antecedents, s'ha d'escriure en els quatre primers paràgrafs per garantir un relat amb sentit si els usuaris volen conèixer la informació essencial. La redacció s'ha de fer amb oracions simples i curtes, reduint el nombre de paraules i evitant les innecessàries. Es poden destacar aquelles paraules o sintagmes que continguin enllaços.

En cas de que la informació sobrepassi la longitud recomanada, és millor fragmentar el text en diverses peces, amb els seus titulars i enllaçar-los, que utilitzar l' *scroll*. Per això es recomana la creació d'un text matriu o central que actuï de plataforma de connexió amb els textos complementaris mitjançant la disposició dels enllaços adients que aprofundeixin en el què, el qui, el com, etc. La disposició del text també bé donades per les dades que puguin a portar les diferents fonts d'informació.

Les **fonts d'informació** continuen sent molt importants en les notícies digitals. No n'hi ha prou, però, amb a les fonts tradicionals de les agències, els diaris digitals utilitzen informacions que surten en les primeres edicions dels diaris impresos, de les imatges de les televisions i de la ràdio. Es pot trobar informació a Internet: accés a diaris estrangers; fonts originals a través de bases de dades, llistes de distribució i cercadors; blocs i articles originals. Pot fer una cobertura a distància mitjançant el correu electrònic.

¹⁴ Ibid: 436

En el periodisme digital, però, s'ha de continuar sortint al carrer a cercar la notícia de primera mà per oferir la informació com més propera i real ho permetin els mitjans:

“La notícia per excel·lència a la xarxa seria aquella que presentés els esdeveniments en viu, amb els seus protagonistes i testimonis” (Micó, 2006:35).

Les declaracions d'experts i de ciutadans, dels testimonis, els informes elaborats amb rigor, les entrevistes, proporcionen un ventall més ampli de fonts i més rica la informació, que si només s'utilitzen les fonts institucionals, administratives, les rodes, els dossiers i les notes de premsa, oficials i oficioses. Els arxius del mitjà es poden utilitzar per contextualitzar els esdeveniments i referir notícies anteriors. Les declaracions d'individus afectats per un esdeveniment desperten curiositat del públic, les aportacions dels internautes dels esdeveniments poden oferir idees, opinions, detalls i imatges a les que no pot accedir el periodista, útils en l'actualització per ampliar o matissar la informació. En la construcció de la notícia el periodista a de fer la notícia interessant combinant totes les dades, enllaços i formats que li ofereixen les diverses fonts, sabent que pot anar modificant i actualitzant contínuament la informació, per que cada lector configuri la notícia segons interès personal.

- **Elements propis del periodisme digital**

Els enllaços són aquells vincles que s'estableixen dins del text de la notícia i que amplien o aprofundeixen les idees o temes més concrets del missatge i que permeten a l'usuari dels mitjans digitals desplaçar-se per documents i elements de l'hipertext que poden ser molt diferents entre ells.

En el periodisme en línia s'acostumen a utilitzar bàsicament dos tipus d'enllaços: interns i externs.

- Enllaços interns: traslladen els usuaris a altres fragments de la informació o altres notícies relacionades dins el mateix lloc web del mitjà. Notícies del mateix dia o d'altres edicions, taules o altres textos que ampliïn o aprofundeixin la notícia.

- Enllaços externs: porten a altres llocs web. Enllaços que portin a les fonts originals, organitzacions o institucions vinculades, documents relacionats amb la notícia o altres. Aporten valor afegit a la informació perquè faciliten material contrastat, fiable i de qualitat, sense que el lector es tingui que perdre buscant informació per àrees desconegudes de coneixement.

Els enllaços acostumen a anar integrats al llarg del text, però hi ha mitjans que també els presenten a un lateral en forma de llistat per orientar al lector per quins textos a navegat i quins li falten per consultar.

Tenint en compte que l'usuari és qui crea el seu propi text i ha de decodificar l'hipertext per a la interpretació, s'exigeix una forma diferent de llegir, que pot cansar el lector si es perd. El periodista digital no pot utilitzar els enllaços interns i externs per simple ús, ha de seleccionar els enllaços més adequats per a unes trajectòries coherents que ajudin a contextualitzar la notícia i orientin la lectura i la comprensió dels destinataris. Segons expressa Mico (2006:79), la majoria d'internautes (98,5%) prefereixen els enllaços organitzats de forma jeràrquica, els que es presenten en una frase o sintagma i que funcionen com els titulars de les pantalles on s'adrecen. Cal pensar que un excés de enllaços comporta una sobrecàrrega d'informació indigerible pels lectors i una desorientació cap a la tria de les informacions importants.

Els **elements multimèdia** que es poden afegir a les notícies a part del text, són la característica diferencial dels mitjans tradicionals i moltes vegades la clau de l'èxit d'un mitjà digital. Es poden incloure infografies, documents, vídeos, àudios, imatges relacionades amb la informació que alhora tinguin una significació per sí mateix i aportin més dades, s'han d'integrar dins la narració, no simplement per il·lustrar el text. S'han de poder llegir de forma aïllada a través d'enllaços de fàcil descàrrega, per no trencar amb el recorregut lector.

La **interactivitat** és una possibilitat que ofereixen els mitjans digitals i que caldria incloure en el format de la notícia. És l'espai que permet el *feed-back* i facilita la participació dels lectors en la construcció de la notícia.

- **La narració**

En la notícia digital, tot i que de moment continua predominant el text escrit, la tecnologia permet informar en un mateix discurs amb elements audiovisuals provocant alguns canvis en la retòrica discursiva tradicional. La disposició narrativa no és lineal fet que provoca una nova forma d'escriure i llegir fruit de la capacitat multimèdia, la hipertextual i interactiva que ofereix la comunicació digital.

La lectura d'un hipertext comporta la possibilitat d'establir associacions infinites de les idees proposades per l'emissor. La narració bé determinada en part pel lector, que construeix el relat en funció del recorregut que faci pels fragments de text de l'hipertext, segons els coneixements i capacitats comunicatives del destinatari i materialitzat en la selecció d'un o altre element de comunicació que se li ofereix i els recorreguts possibles que són impredecibles i aleatoris. La interpretació del missatge exigeix al lector una anàlisi dels fragments del text i els elements associats, de forma que el disseny i la presentació de la informació, el contingut i l'estètica poden influir en la interpretació de la mateixa forma que ho fan els seus coneixements i habilitats en comunicació digital.

Igual que en els mitjans tradicionals, en el periodisme digital la informació principal parteix d'una notícia d'actualitat i la documentació sorgeix per donar suport a aquesta notícia. A diferència dels mitjans tradicionals (que no van més enllà del text, la fotografia o Infografia), els digitals ofereixen la possibilitat d'afegir més documentació gràcies a la hipertextualitat, i per tant sorgeix la necessitat d'una disposició més o menys organitzada per orientar els lectors.

En la narració d'un text digital la informació s'ha d'organitzar per capes per atendre la diferents necessitats dels usuaris, bé per aquells que cerquen una informació més superficial amb informació bàsica o bé per aquells que cerquen una informació més aprofundida, analitzada o més especialitzada.

Així, la informació periodística parteix d'una estructura o nivell bàsic d'informació complementada per diversos nivells d'aprofundiment per capes, com proposa Rubio Lacoba (2007: 122):

Capa amb informació principal: nivell d'informació bàsic, elaborada fonamentalment am text i ocasionalment amb alguna imatge.

Capa amb documentació:documentació relacionada amb la notícia principal vinculada amb diferents tipus d'enllaços.

Capa amb elements multimèdia: complements àudio visuals com vídeos, gravacions, imatges fixes o en moviment, etc que complementin la informació.

Capa amb participació: elements destinats a la interactivitat, més enllà de la navegació per la pàgina.

La tendència d'alguna mitjans és la de donar una falsa idea d'hipertextualitat utilitzant enllaços interns que connecten fragments d'informació en blocs lineals en pàgines massa carregades d'informació. El nivell d'aprofundiment tampoc es pot aconseguir si el mitja no posa els elements al servei del lector i uns enllaços que l'ajudin a saltar d'un node hipertextual a un altre però sense precipitar-se en el caos de la informació.

La tasca del periodista en aquest cas és gestionar adequadament dins el text els enllaços de forma que guiïn al lector en la navegació pels diferents elements i capes de l'hipertext. La construcció de les trajectòries i la tria d'enllaços per part del redactor és essencial per evitar confusions o contradiccions que puguin fer abandonar el lloc web als usuaris, i per satisfer les necessitats informatives i de coneixement segons les preferències de cadascun dels lectors. L'arquitectura de la informació és la competència fonamental del narrador dels nous entorns interactius:

“Corresponde hoy a los comunicadores, con mayor urgencia que nunca, hacerse cargo de la complejidad, transformar la información en conocimiento, gestionar el conocimiento y responder de un modo más efectivo a un público que, a fuerza de ir a la deriva, naufragando en muchos casos, ha comprendido que podemos ayudarle a navegar” (Orihuela 2002).

Amb l'objectiu de fer amena i comprensible la informació, cal que el periodista, abans de construir una notícia realitzi un treball d'anàlisi i documentació, navegui per la informació per organitzar les dades i els enllaços prèviament. És útil fer un esquema o un guió, o com proposa Mico (2006:79) un *storyboard*: conjunt de dibuixos que mostrin com es disposarà la informació en cada pantalla, les il·lustracions i la manera d'arribar a les capes de la notícia, pensant en els enllaços que cal incloure.¹⁵

¹⁵ Per més informació consultar: Mico, 2006: Periodisme a la Xarxa i Díaz Noci, 2003: “Manual de redacción ciberperiodística”.

1.2.4 Tipus de notícia digital

El fet que les notícies poden presentar variacions en el seu format es considera oportú establir unes tipologies. Les notícies en línia es poden classificar en tres categories segons l'extensió de la informació, així es pot trobar la notícia flaix, la notícia estricta i la notícia multimèdia (Franquet, 2006 pàg. 89). En la notícia estricta, però, s'ha cregut oportú diferenciar dues subcategories, aquelles notícies que guarden el format del paper, tradicionals, i les que tenen un format hipertextual.

La **notícia flaix** consta només de subtítol o entradeta i un o dos paràgrafs¹⁶.

La **notícia estricta** consta de més de dos paràgrafs i fins un màxim de 7. A partir de vuit s'ha considerat en aquest treball un reportatge (o si ho fan els mateixos mitjans). Si només hi ha alguna imatge però sense enllaços serà una **notícia estricta tradicional**. I si presenta a més enllaços tant interns com externs, serà **notícia estricta hipertextual**. En el cas que els enllaços siguin a paraules clau, no es consideren perquè els enllaços de les paraules no tenen perquè estar relacionades amb el contingut o tema de la notícia, i per tant no amplien la informació, la majoria de les vegades, com s'ha comprovat en l'observació¹⁷. La **notícia multimèdia** té característiques similars a la notícia estricta però que a més disposa de recursos multimèdia (àudio, vídeo, gràfics animats, etc.).

1.2.5 L'audiència. Aprendre a navegar, llegir i participar de la notícia

En el periodisme digital la iniciativa de la comunicació està en l'usuari que decideix connectar en el moment que vol amb el mitjà de comunicació. Té la possibilitat d'informar-se a cada moment i de forma actualitzada, i en algunes ocasions pot establir intercomunicacions entre l'audiència i el mitjà de comunicació.

¹⁶ Es considera per aquest treball que un paràgraf tipus són 6 línies com a factor corrector per homogeneïtzar les diverses extensions i evitar el biaix en les comparacions.

¹⁷ Aquest fet d'incorporar paraules clau a la notícia només passa amb el diari Avui que es van afegir en una de les remodelacions de la versió PDF, després d'haver fet el buidatge de la mostra.

Els lectors poden triar l'aprofundiment en la informació gràcies a la hipertextualitat, poden ordenar-la segons preferències i poden participar dialogant amb l'emissor (Hall, 2001, Díaz Noci, 2000) gràcies als elements interactius que ofereixen els mitjans digitals. Poden contestar a preguntes i opinar sobre les notícies, fins i tot pot construir els seu propi text per afegir a la informació i intercanviar punts de vista amb altres lectors.

Per exercir aquestes activitats els internautes han d'aprendre a navegar, a descobrir els enllaços adequats, cal aprendre a llegir d'una forma diferent, reconstruint parts per obtenir una informació completa, coherent i ordenada. El públic dels mitjans digitals han d'adquirir noves competències, per una banda habilitats tecnològiques i per altra coneixements lingüístics. Han d'aprendre el maneig de l'ordinador, conèixer els programes i els sistemes de navegació, han d'aprendre un llenguatge cibernètic amb nous significats, i noves formes de decodificació dels missatges de l'hipertext amb nous pactes de lectura.

El *cibernauta* ha d'aprendre a llegir el text que li ofereix el diari digital en una pantalla en lloc del paper, ha de saber enfrontar-se a un text multilineal i multimedial, ha de fer anar les barres de menú i enllaçar textos complementaris intentant no perdre's en el *ciberespai*. Ha d'aprendre a construir la seva pròpia notícia i interpretar el missatge a partir de l'anàlisi de fragments de textos i altres elements, és un lector (o millor un lectoaudiovisual o lectoescriptovisual com anomenaria Jean Clotiers) que participa activament del procés de la comunicació.

El perfil del lector de diaris digitals segons l'informe publicat per *Red.es*¹⁸ de *l'Estudi sobre activitats realitzades a Internet* el primer trimestre de 2007, destaca que el 53,7% d'espanyols de més de deu anys ha consultat Internet en el període estudiat. Internet s'utilitza, en termes generals, com a mitjà informatiu: el 67% dels internautes utilitza la Xarxa per buscar o consultar notícies.

Internet forma part de la vida de molts catalans segons dades obtingudes de l'Institut Nacional d'Estadística (INE, 2008), l'any 2007 es registraven gairebé tres milions d'internautes¹⁹ a Catalunya d'entre 16 i 74 anys havien utilitzat la Xarxa els darrers tres mesos, el 53,9% de la població catalana. Els usuaris d'Internet catalans són majoritàriament homes (un 60,1%) davant un 52,3% de les dones.

¹⁸ Red.es observatorio Ministerio de Indústria, Turismo y Comercio (gener 2008) Estudio sobre Actividades realizadas en Internet 2007.

¹⁹ Internautas es consideran aquellas personas que han utilizado la Xarxa els darrers tres mesos, i usuaris habituals aquells que almenys l'han fet servir un cop per semana els darrers tres mesos, d'acord amb els criteris utilitzats per l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) i l'INE.

Es connecten principalment des de casa seva (gairebé tres quartes parts accedeixen a la Xarxa des del seu domicili el 46% llegeixen o descarreguen diaris o revistes d'actualitat *online*.

Cada cop hi ha més persones capacitades per navegar per Internet i n'hi haurà més si el mitjans de qualitat motiven la necessitat dels lectors de consultar la premsa digital i molts s'interessen per temes de salut o cerquen informació i coneixement per millorar el seu benestar.

En el nostre entorn, la imatge de l'usuari dels serveis sanitaris informat o cercant informació és habitual en l'escenari de la salut i és coherent en una societat de la informació on els lectors deixen de ser passius. També ho deixen de ser els pacients i les persones que volen conservar i millorar la salut, i cada cop són més autònoms i capacitats per controlar la seva salut. Part d'aquesta imatge és deguda a la facilitat d'accés a la informació a través d'Internet i al nivell de formació, entre altres factors. Però, l'accessibilitat a tanta informació respecte a la salut també pot ser un inconvenient perquè difícil assegurar quines informacions garanteixen una qualitat i veracitat informativa.

1.3 La societat del benestar

En la societat del benestar el que es busca és major qualitat de vida a tots nivells. La salut ha estat sempre un indicador de la qualitat de vida i una prioritat per als sistemes sanitaris públics en una societat desenvolupada per aconseguir que sigui un dret universal. Però la salut no és només un objectiu dels estats, també ho és de les persones que veuen la possibilitat de millorar-la, d'abastar el benestar individual gràcies a factors econòmics, socials, científics i a l'accessibilitat als recursos i a la informació.

Que cada persona pugui gaudir del màxim nivell possible de salut física, mental i social com proclama la OMS des de 1946²⁰ en la seva constitució, depèn de la col·laboració de tots els ciutadans i sistemes socials. La primera convergència que cal establir perquè sigui efectiva aquesta col·laboració és la interpretació que comporta el concepte *Salut*.

1.3.1 Salut i les seves interpretacions. El concepte integral

A l'hora de definir la salut en si mateixa ens trobem amb nombroses dificultats. La multifactorietat, la relativitat i ambigüitat del concepte *salut* provoca que pugui ser interpretat de diverses perspectives i punts de vista.

Si s'intenta definir la salut partint de la percepció que cadascú en té d'aquesta i del que representa estar sa ens porta un plantejament tant subjectiu que no es poden establir criteris definitoris aclaridors, com passa amb la definició més simple i estesa que identifica la salut amb l'absència de malaltia.

També s'ha definit salut des de diversos punts de vista o enfocaments segons l'aspecte de la salut que es vulgui ressaltar. La salut està lligada a totes les àrees humanes i no es pot definir relacionant-la només amb una part o unes parts, perquè s'exclourien les altres.

Un enfocament *consumista* és el que percep la salut com un bé de consum, la "compra" de recursos sanitaris (materials, professionals, serveis, etc.). I *economicista* la que tindrien els gestors de serveis de salut en quan que la salut comporta unes despeses, uns pressupostos i unes previsions econòmiques. Enfocament *políticolegislatiu* seria el que considera la salut com un dret que es pot adquirir pel compliment d'unes lleis establertes.

L'enfocament *ecologicista* seria aquella interpretació de la salut com aquella situació que bé determinada per l'adaptació i l'equilibri amb els factors del medi ambient.

Si els enfocaments es situen en el camp de la medicina també poden ser reduccionistes²¹ al no considerar a la persona d'una forma integral.

20 Definició que es dona de benestar o salut en el Preàmbul a la Constitució de l'Organització Mundial de la Salut (Nova York, 1946).

21 Reduccionista: subordina o limita la concepció de la salut a un enfocament o a un punt de vista al concepte ampli de salut que es considera més ajustat a la realitat i més fonamental, reduint el concepte a una interpretació secundària o parcial de la salut.

Un enfocament *funcional* seria aquell que contempla la salut només com una capacitat per exercir les activitats de la vida diària, com seria la definició de la *Real Academia de la Lengua*: “es el estado en el que el organismo ejerce normalmente todas sus funciones”.

L'enfocament *social* seria la d'aquelles definicions en la que es considera la salut com una qüestió bàsicament social, que va més enllà de l'individu i que bé determinada per les característiques de la societat.

El més estès i encara predominant en la medicina contemporània occidental és l'enfocament *biologicista*. En la definició de salut només es considera la part física de la persona (integritat anatòmica i funcionament orgànic). Es considera salut com l'absència d'alteracions orgàniques i funcionals. Tot i ser l'enfocament predominant la interpretació de salut és molt més ampla i no és cenyeix només a la biologia humana, al seu físic i a la percepció individual. La salut ve determinada per una multiplicitat de factors que cal tenir en compte a l'hora de definir i interpretar el concepte d'una forma més ampla i integral.

Les definicions que adopten els enfocaments anteriors no ajuden gens a establir criteris de consens i evitar *reduccionismes* o interpretacions errònies del concepte *salut*. En el camp de la medicina i de la comunicació no es poden deixar les interpretacions a l'atzar de la subjectivitat personal, es necessiten establir uns criteris que orientin cap una dimensió integral de la salut.

Un dels enfocaments més promogut en les polítiques sanitàries internacionals i que s'adopta en l'actualitat quan es tracta de la salut individual és l'enfocament *holístic*. En aquest es contempla la persona en la seva globalitat, en totes les seves esferes: la biològica, la psicològica i la social.

Aquest enfocament és el més universal des de que la Organització Mundial de la Salut (OMS) el 1946 en la seva constitució defineix la salut com:

“Estat de complert benestar físic, psíquic i social i no només l'absència d'afeccions i malalties”.

Definició molt discutida actualment per ser poc precisa, utòpica i alhora incompleta per no tenir en compte altres factors determinats de la salut a part de la pròpia persona, i poc operativa ja que no orienta en les actuacions sanitàries.

Una concepció integral de salut ha d'incloure un conjunt d'aspectes: la persona, el seu estil de vida, l'entorn on es desenvolupa i els recursos dels que disposa per mantenir-se en salut. Aquest és el model dels determinants de la salut que Lalonde²² va formular el 1974 i que va ser adoptat per la OMS com a model operatiu a l'hora de valorar la salut de les poblacions. I és el model o enfocament que s'adopta per establir uns criteris de consens quan es parla de salut de forma integral.

Si el que es pretén és establir uns criteris per a un concepte ampli de salut en que no quedi exclòs cap aspecte relacionat amb aquesta, caldrà incloure també la malaltia com a procés inherent a la persona i la vida. De manera que quan es parla de salut en tota la seva amplitud en realitat s'està considerant el procés salut- malaltia.

És aquesta concepció amplia i integral de la salut la que es contempla per desenvolupar el treball que es presenta en aquesta memòria. I també és la que s'hauria d'adoptar des de tots els àmbits que han de transmetre la realitat sobre *salut*, com ho són els professionals sanitaris i els mitjans de comunicació, per no fomentar interpretacions errònies.

La comunicació ens proporciona a les persones un esquema del món, ens ubica, ens dóna una idea de la nostra posició respecte del nostre entorn més proper. Els mitjans de comunicació ens apropen la realitat d'aquells entorns als que no podem accedir amb la nostra comunicació interpersonal, construint un món possible, una realitat. Tota la informació que rebem ens és necessària per adaptar-nos de la millor manera possible als entorns cada cop més agressius, competitius i hostils.

A partir dels continguts i contextualitzacions de les notícies sobre salut es construeixen uns o altres significats d'aquest concepte i dels temes relacionats. Segons la representació mediàtica els temes sobre salut s'allunyen o apropen més a la realitat social. La construcció de la notícia pot fer que un tema sigui percebut com un risc, un perill o una alternativa, un gran avenç o una esperança quan no ho és. Sovint els mitjans han creat alarmes socials sobre qüestions sanitàries quan no hi havia cap fonament epidemiològic, mèdic o científic que aportin evidències sobre el perill real.

²² Ministre de Sanitat del Canadà durant la dècada dels '70 que impulsa els estudis dels nivells de salut de les poblacions canadenques amb la finalitat equitativa de cobrir les mancances sanitàries en base a les necessitats reals detectades.

Com ja s'ha comentat, està demostrat i debatut per nombrosos autors que en l'actualitat vivim en una societat on la comunicació i la informació adquireixen especial rellevància. L'observació continuada d'organismes especialitzats i estudis aprofundits, avalen la idea que la societat cada cop més introdueix en la seva vida quotidiana l'ús de la xarxa per comunicar-se i buscar informació. I per altra banda, ja fa uns quants anys que les societats cerquen el grau més alt de benestar (concepte utilitzant freqüentment com sinònim de salut) per compte propi, per acomplir amb les necessitats que "imposa" la societat del benestar.

Per aquest motiu un dels recursos que es necessiten és informació actualitzada i accessible sobre tots els àmbits implicats, i que com es ve estudiant des de fa poc, les fonts més utilitzades són Internet i els mitjans de comunicació general.

Per satisfer aquesta necessitat d'informació i coneixement caldrà doncs que els mitjans de comunicació ofereixin espais informatius dedicats al tractament de la salut i periodistes que ofereixen informacions de qualitat, amb una visió integral i equitativa de la salut i amb la màxima responsabilitat i ètica que requereix aquest tipus d'informació.

1.3.2 Mitjans de comunicació i salut. Una associació que incrementa

Fins l'actualitat els temes científics i tècnics, i en aquest cas de medicina eren divulgats per experts en la matèria, sovint metges, científics o investigadors en mitjans especialitzats com revistes. Avui dia, altres mitjans s'interessen pels temes de salut. Per altra banda, fins ara les persones tenien com principal font d'informació actualitzada sobre salut era el metge o altres professionals sanitaris, i aquests les revistes científiques. Avui, els mitjans de comunicació són la segona font d'informació en salut, després del metge (M. Gutiérrez²³), i Internet un dels principals.

²³ Professora del Departament de Comunicació Audiovisual de la UAB ("Ràdio, salut i dones" tertúlia a net-health'07, Tardes de comunicació i salut a la UAB).

La informació relacionada amb la salut ha augmentat considerablement en els darrers anys en els mitjans de comunicació generals, que cada cop s'ocupen més d'oferir respostes al creixent interès i preocupació de l'opinió pública per aquest tipus d'informació. I no és d'estranyar quan ja s'ha comentat que la salut adquireix un gran protagonisme en la societat del benestar, no només en l'àmbit professional i científic sinó també a nivell de la població general.

Tot i que els temes de salut van començar a aparèixer en la premsa escrita, actualment els mitjans radiofònics, els televisius i els digitals tenen un espai habitual per a la informació sanitària. Avui per avui, tots els mitjans de comunicació estan interessats en donar informació sobre la salut, és un tema que interessa i atrau el públic. Per això les redaccions tenen seccions o periodistes dedicats als temes de salut. El periodisme especialitzat en salut s'encarrega de presentar informació sanitària, tan avenços tècnics, com clínics o científics, als mitjans de comunicació en tots els formats. A més de divulgar informació d'interès general, els mitjans han esdevingut plataformes de divulgació de notícies sobre descobriments i estudis científics relacionats amb el món sanitari, que els arriben de gabinets o agències de comunicació, o directament dels professionals.

Els estudis de mercat indiquen un augment en la demanda d'informació en temes de medicina i salut per part de la societat i els mitjans generals augmenten la seva oferta. Per satisfer les demandes del públic, els mitjans de difusió massiva, en les seves diverses modalitats estan incrementant el seu interès i la seva oferta d'espai informatiu per la informació i divulgació mèdico-sanitària (Pérez Oliva, 1999).

Els mitjans cada dia fan referència a algun aspecte relacionat amb la salut i s'han convertit en una de les principals fonts d'informació quotidiana sobre salut. Es calcula que una quarta part dels articles dels diaris a EEUU inclou informació de salut (Coe, G. 1998). A Espanya, en una investigació feta el 2004 per la "*Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología*" (2003), el 33% dels diaris de més difusió tenia alguna secció periòdica dedicada a la salut. Segons *l'Informe Quiral, Medicina y salud en la prensa diaria* (1996), el total de textos periodístics que tractaven de temes de salut i medicina, entre 1997 i 2004, en els diaris (edició paper) *El Periódico de Catalunya, La Vanguardia, El País, l'ABC i El Mundo*, van anar incrementant al llarg dels anys fins a arribar a la xifra de 87811 (Revuelta, 2006).

Internet ha proporcionat un nou suport per a la informació, la formació i el coneixement, i pel que fa als temes sobre salut no s'han quedat al marge, ans al contrari, Internet s'ha convertit en un dels mitjans principals d'informació en aquests temes per satisfer les necessitats creixents de la societat.

Cada cop hi ha més *cibernautes* que estan interessats en temes sobre salut i malaltia, i en moltes ocasions els continguts no són gens rigorosos.

A Espanya, Internet és la segona font més consultada (85%) per buscar informació sobre salut, després del metge, segons uns estudis fets per *Ogilvy Healthworld* i Google España l'abril del 2007. Un dels objectius d'aquest estudi, realitzats a través d'una enquesta passada a 607 persones, era saber on acudeixen els usuaris per obtenir informació sobre salut i quin tipus d'informació demanen. Els resultats obtinguts posen de rellevància que els cercadors són utilitzats per buscar aspectes relacionats amb el procés de emmalaltir (diagnòstic i tractament 87%; simptomatologia 87%) i sobre hàbits de vida saludable (92%). Les malalties més buscades eren l'obesitat, les al·lèrgies, el càncer, les migranyes, l'ansietat i la depressió. Els metges també utilitzen Internet, sobretot per cercar informació més que per oferir als seus pacients²⁴.

En l'informe publicat per *Red.es*²⁵ de *l'Estudi sobre activitats realitzades a Internet* el primer trimestre de 2007, destaca que una de les activitats específiques que més realitzen els usuaris i que s'ha incrementat des del 2004, és la cerca d'informació sobre salut (42,6%). Les dones de més de 15 anys són les que presenten més activitat en les consultes sobre salut, havent utilitzat aquest servei un 48,5% de las dones internautes en front un 36,7% d'homes. I el col·lectiu que més utilitza aquest servei és el comprés entre 35 i 49 anys.

Segons dades de l'Institut Nacional d'Estadística (INE, 2008), l'any 2007 es registraven gairebé tres milions d'internautes²⁶ a Catalunya d'entre 16 i 74. Segons dades sobre cerca de serveis o d'informació *on line* en els darrers tres mesos interessa destacar que un 35,5% accedeix a mitjans de comunicació *on line* i busquen informació sobre temes de salut el 37,7%.

Els mitjans de comunicació s'han convertit en una peça clau en la transmissió d'allò que succeeix en el món mèdic i sanitari, una eina per a la informació i formació de la població. Està suficientment demostrat com influeix l'educació per a la salut en els hàbits de les persones, i també està bastament estudiada la influència que exerceixen els mitjans de comunicació sobre l'estil de vida de la població i per tant de la salut pública.

²⁴ Ogilvy Healthworld y Google (2007). Resultats dels Informes sobre l'avaluació de la comunicació digital en salut, presentat a la trobada : "La salud digital" (Health Goes Digital) a Madrid el 12 de juliol del 2007.

²⁵ Red.es observatorio Ministerio de Industria, Turismo y Comercio (gener 2008) Estudio sobre Actividades realizadas en Internet 2007.

²⁶ Internautas es consideran aquellas personas que han utilizado la Xarxa els darrers tres mesos, i usuaris habituals aquells que almenys l'han fet servir un cop per semana els darrers tres mesos, d'acord amb els criteris utilitzats per l'Institut d'Estadística de Catalunya (Idescat) i l'INE.

Però, per altra banda són criticats per la manca de rigor i neutralitat en la presentació d'algunes informacions. Això passa si les notes de premsa que arriben als periodistes no són contrastades, verificades i analitzades de forma crítica com ho han de ser totes les notícies abans de ser publicades.

Els mitjans seleccionen les notícies que s'han de publicar i sovint es trien les més atractives, les espectaculars o les que poden crear més polèmica, i no pas les que mèdicament poden ser les més importants (Revuelta, 1999). La informació sanitària accessible del mitjans no és sempre exacta, objectiva o imparcial i fiable. El repte dels professionals del periodisme és oferir una informació de qualitat.

1.3.3 Periodisme especialitzat en salut. La informació sanitària de qualitat

La informació sanitària ha de ser generada per persones que coneguin en profunditat dels fets produïts o les situacions. L'audiència necessita periodistes que els informin dels temes d'interès en la terminologia que puguin entendre, amb un llenguatge clar i precís, evitant tecnicismes i formes complexes que puguin confondre el lector, oient o espectador; que els continguts ofereixen les dades necessàries per fer comprensibles els missatges, i que la informació ofereixi una visió integral i plural de la temàtica que es presenta.

Una informació efectiva ha de ser creïble, contrastada, estructurada, amb missatges clars sense contradiccions, precisa i si cal simplificada. Perquè la informació que arriba a la població general sigui de qualitat és necessària la col·laboració entre els professionals sanitaris, les organitzacions sanitàries, els mitjans de comunicació i els periodistes. És indispensable una formació específica i experiència que capaciti als professionals per dur a terme la tasca de la informació de manera responsable i competent.

En els mitjans tradicionals, premsa, televisió i ràdio, cada cop hi ha més periodistes especialitzats en temes de salut o hi ha persones que es preocupen d'un bon assessorament conscients de la influència que exerceixen sobre el públic. *El Informe Quiral*, que des del 1997 està estudiant l'evolució de la premsa escrita així ho demostra en els darrers resultats de l'any 2005. Segons aquest, augmenten els textos interpretatius que denoten millor treball en el tractament de la informació especialitzada en salut i medicina; augmenten els textos complexes i més extensos (*Informe Quiral* 2005, 129-131).

També es pot donar, però, la situació en la que els periodistes estiguin especialitzats en aquests temes, més per adhesió que no pas per formació (el 27% del diaris de més difusió a Espanya no tenen cap periodista especialitzat segons Revuelta, 2006), en la que moltes vegades tenen pocs o cap coneixement del tema, de forma que si no s'assessoren per professionals poden alterar la informació o cometre errors importants en el llenguatge o en continguts específics. L'espectacularitat per davant la manca de rigor pot comportar un perill per a la salut individual o pública. Si els mitjans donen una informació parcial, esbiaixada, incomprensible o fins i tot tergiversada pot confondre el públic i donar una imatge equivocada de la realitat.

Pel que fa als les temàtiques de la informació sanitària en la majoria d'informacions es parla des de la perspectiva de la medicina oficial, quedant marginats altres coneixements acceptats per la OMS, com l'homeopatia. D'altra banda, es tracta d'una informació que incideix més en la malaltia que en la Salut Pública (Gutiérrez, 2007). Així, les fonts d'informació més habituals provenen de les institucions i organismes oficials. Per assegurar que la informació que es dona sigui verídica el periodista ha de consultar diverses fonts i, saber separar les que són reals de les fictícies, les que són amb finalitats honestes de les que són interessades.

Per altra banda, si són les institucions o els professionals de la salut que informen a través dels mitjans d'allò que pot ser interessant, aquests tenen coneixement de la temàtica i possiblement menys esbiaixada i en més profunditat. Però de vegades, el que passa en aquests casos és que ho fan de forma tan científica i en llenguatge tan especialitzat que esdevé poc comprensible pel públic general.

Els professionals de la salut tampoc estan massa familiaritzats amb els mitjans, no coneixen les rutines: la competència, la immediatesa, els criteris en la presa de decisions. És palès, també, que hi ha institucions públiques o privades empreses i organismes que utilitzen els mitjans per divulgar notícies perniciosos, que van més enllà dels interessos purament científics o informatius, com el cas de la indústria farmacèutica. Si els periodistes no tenen més remei que publicar allò el que els arriba, empesos per la primícia, l'exclusivitat, la presa, transcriuen les notes de premsa sense comprovar la veracitat, contrastar amb altres fonts o cercar les fonts originals, pot arribar una informació que està lluny del seu objectiu. (Pérez Oliva, 1999). Ni periodistes ni institucions han de fomentar el sensacionalisme ni la manipulació dels continguts en les informacions sobre salut, en benefici propi.

Responsabilitat i rigor són dos elements cabdals per l'exercici responsable del periodisme. No es pot perdre mai de vista que en el tractament de la notícia ha de prevaler l'interès general que els interessos particulars i plantejar-se quins efectes tindrà la informació un cop publicada (Perez Oliva, 1999).

Davant d'aquesta situació, en ocasions preocupant, el Comitè de Bioètica de Catalunya ha elaborat una sèries de recomanacions amb la intenció de fomentar una major responsabilitat entre tots els professionals implicats en la informació sanitària²⁷ (assistencials, investigadors, institucions i comunicadors). Seguidament se'n fa un resum dels aspectes més rellevats.

La finalitat de la informació sanitària ha d'anar encaminada a la consecució dels objectius següents:

- Fomentar la promoció d'hàbits saludables i la prevenció de malalties (deixar de fumar, fer exercici, menjar saludablement, etc.).
- Difondre informacions epidemiològiques sobre situacions que suposin un risc per a la salut de la comunitat (relacionats amb el medi ambient, amb el consum d'aliments, amb zones de banys; vacunacions, etc).
- Informar sobre els serveis i recursos sanitaris.
- Divulgar els drets i els deures dels ciutadans vers la salut.
- Difondre les estratègies polítiques de l'Administració sanitària i els objectius pretén assolir.
- Divulgar el coneixement científic, els nous avenços i les noves tecnologies en l'àmbit de la salut.

La informació sanitària igual que qualsevol altre informació està sotmesa als principis generals (privadesa, veracitat, diligència, transparència, honestedat, respecte a la intimitat, etc.), els codis deontològics de les professions i les lleis (constitucionals i orgàniques) que regulen el tractament general de la informació, però conté aspectes particulars que s'han de tenir en compte. Per això, des del Comitè de Bioètica de Catalunya es recomanen uns principis específics que cal contemplar en la informació sanitària de forma especial: el principi de responsabilitat informativa i el d'equitat informativa.

²⁷ Comitè de Bioètica de Catalunya (2004). Grup de treball. Consideracions ètiques entorn de la informació sanitària

Per informar de manera responsable cal tenir presents les conseqüències que poden comportar en el públic:

- No donar falses expectatives, especialment en sectors vulnerables de la població.
- No generar ni difondre missatges que puguin perjudicar de manera innecessària l'estat emocional d'un col·lectiu o de tota la societat.
- No secundar processos comunicatius que amaguin conflictes d'interessos.

La informació sanitària donada a través dels mitjans no es pot equiparar a la que sorgeix dels professionals de la salut en l'atenció directa en un marc de confiança, per això els mitjans han de vetllar per no debilitar aquesta, en canvi, fomentar-la per poder personalitzar la informació a cada cas.

Tenir present el principi d'equitat informativa vol dir:

- Donar una autèntica igualtat d'oportunitats a persones o institucions que tinguin parers o punts de vista significatius, i facilitar el dret a la rèplica als que estiguin en condicions d'aportar-los.
- Vetllar perquè la informació sobre els aspectes relacionats amb els problemes de salut més prevalents no vagin en detriment o oblit dels que són infreqüents o pateix poca gent.
- Garantir una informació equitativa pel que fa a la qüestió de gènere, edat o procedència de les persones en les implicacions i repercussions dels problemes de salut.

La divulgació errònia o la vulneració de la confidencialitat d'algú poden produir danys greus, fins i tot irreparables, com la desinformació, la creació d'esperances gratuïtes o de temors exagerats.

L'actitud reflexiva del periodista és vital quan es refereix a notícies relacionades amb la salut per evitar efectes o reaccions socials no desitjades, com alarmes sense fonament, que van més enllà de la informació.

Aquestes premisses es poden acomplir de forma més fàcil si s'utilitzen alguns recursos específics: formació especialitzada per als periodistes, dotar a les institucions i organitzacions sanitàries de professionals de la comunicació, cercar fonts d'informació i documentació plural i fiable, utilitzar les possibilitats que ofereixen els mitjans digitals, entre altres.

Les notícies hipertextuals permeten enllaçar amb informació complementària a fi d'aclarir, justificar, ampliar dades, corroborar o refutar el que s'ha dit en el text principal. Fins i tot facilitar la comunicació directa amb institucions, organitzacions, persones relacionades. Les imatges, infografies i el so que es poden afegir a una notícia digital poden facilitar la comprensió, els detalls i la precisió d'una informació que no pas el text descriptiu. Cal utilitzar tots els recursos que ofereixen els nous suports digitals com l'hipertext i els multimèdia, i també cal conèixer les preferències socials (Briggs, 2007).

Cal més professionals especialitzats en la salut que permetin ampliar els temes més enllà de les malalties i en l'aprofundiment dels continguts. Però encara queden alguns aspectes a millorar per arribar a un públic que necessita informació entenedora, fiable, no alarmista i que pugui utilitzar per millorar la seva salut. Cal un consens per reduir l'espai que separa la ciència, la medicina i la tecnologia de la societat general. Cal utilitzar les noves tecnologies de la informació i la comunicació per satisfer les necessitats d'informació que requereix i demana la societat per millorar el seu benestar. Cal que professionals de la salut i la comunicació treballin conjuntament si es vol garantir que la informació que arriba a la població sobre salut sigui de qualitat.

1.3.4 Recerca, periodisme digital i salut. La convergència

L'entorn Internet i els mitjans digitals comporten noves formes de comunicació i de recursos que faciliten l'accessibilitat a tot tipus d'informació, entre elles les que fan referència a temes de salut. Aquest fenomen, però ha comportat un creixement del volum d'informació sobre salut i molta poca fiabilitat. Sigui perquè els periodistes tenen dificultats per donar una informació de qualitat o per interessos ocults, bé sigui perquè a Internet qualsevol pot penjar informació sense passar cap sedàs d'autenticitat. Així els usuaris d'Internet i lectors que cerquen informació sobre salut han de cercar els seus propis criteris de confiança i els mitjans els seus sistemes d'autenticitat.

Davant la convergència de dues necessitats socials, la d'estar informat sobre salut i la de l'ús d'Internet per fer-ho, és lògic que la recerca científica en aquests camps estigui creixent. Els cada cop més nombrosos estudis, articles i congressos que tenen com a temes centrals la comunicació en salut i la salut en la xarxa, produïts tant des del camp de la comunicació com des del camp de la salut o de la sociologia, demostren la importància que es concedeix a aquest tipus d'investigacions. És d'aquesta forma que s'inicia i es desenvolupa la recerca sobre la informació en salut en els mitjans i a Internet, i les preferències socials per aquest tipus d'informació.

La Salut i la seva comunicació ofereix múltiples possibilitats d'investigació, fet que ha comportat una extensa producció d'articles i estudis que relacionen mitjans i salut. Estudis sobre les notícies en capçaleres generalistes en paper (*Projecte Quiral*; Revuelta, 2006), premsa diària local (Unzueta, 1998); revistes específiques (Burns, 1995); cerca per Internet de pàgines sobre salut (Informe PSiNET, 2002; *Red.es*, 2008; *Ogilvy Healthworld* i Google España, 2007); sobre l'opinió pública sanitària i els mitjans (Amador, 2004); anàlisis de continguts de notícies de temes sanitaris concrets (Institucions: Mira, 1997; problemes de salut: Heierle, 1992; Fraile, 1993; Professionals: Garcia Padilla, 1997; Zulaika, 2000), entre altres.

Tot i així, s'ha de continuar estudiant aspectes que relacionen el periodisme digital i la salut per saber quin és l'estat de la qüestió en l'actualitat. No es coneix si els mitjans digitals atenen adequadament i suficient les necessitats d'informació sobre salut en el mateix grau de rellevància que ho demana la societat. No es coneix suficient la producció de textos sobre salut dels mitjans digitals, ni si la construcció que se'n fa de les notícies sobre salut és de qualitat, ni quin és el concepte de salut que transmeten els mitjans digitals.

Davant d'aquest "estat de la qüestió" que s'ha exposat, és pertinent que el treball que es presenta tingui l'objectiu d'explorar aquests camps poc estudiats, cenyint l'estudi a uns mitjans digitals concrets i en un temps determinat.

2. Hipòtesi i Objectius

Aquest projecte de recerca està emmarcat en el context del periodisme digital i la salut, com a tòpic generador de notícies. El treball té com objecte d'estudi la producció de notícies sobre salut i el tractament que en donen tres diaris digitals en català.

L'estudi es basa en la premsa digital per dos motius: el primer, perquè com s'ha comentat en el marc teòric, Internet és un dels suports de la comunicació cada cop més utilitzat per la societat com a font d'informació actualitzada, entre elles les que versen sobre salut; i segon, perquè el periodisme digital està en procés de desenvolupament i disposar de totes les dades possibles ajuden a orientar els professionals de la comunicació en l'adopció de canvis. Cal una modificació a l'hora de construir notícies sobre salut i utilitzar el potencial que ofereix la xarxa, per adaptar-se a les demandes socials de la millor forma possible.

El fet de triar capçaleres en català és per acotar el camp de la recerca a un nivell de premsa regional amb característiques pròpies i que va dirigida a un públic definit. També s'han acotat les capçaleres més homogènies quan a l'estructura per establir comparacions de les peces informatives.

El treball es proposa com una primera aproximació entre dues àrees: la premsa digital i la informació sobre salut. La intenció d'aquest projecte és fer una exploració i descripció sobre l'estat de la qüestió, és a dir, de què informa la premsa digital sobre salut als lectors i com ho fa.

Tenint en compte tot el que s'ha exposat en el marc teòric es poden formular unes hipòtesis preliminars i uns objectius de treball.

Es parteix de les hipòtesis següents:

- El periodisme digital està en desenvolupament i encara li manca utilitzar tots els recursos textuais que ofereix la xarxa a l'hora de confeccionar les notícies sobre salut, de forma que les capçaleres digitals s'acosten més al model de *bolcatge* o *adaptació* que al *digital* o *multimèdia*.

- L'aprofundiment i amplitud dels temes tractats sobre salut no ofereixen els diferents nivells d'informació que possibilita la construcció de les notícies digitals per poder satisfer les necessitats personals de coneixement i de qualitat.
- Els diaris en línia intervenen en la construcció social del concepte de salut, que pot esdevenir una interpretació *reduccionista* si no es tracta en la seva amplitud, atenent al principi *d'equitat informativa*.

Aquest fet pot limitar la capacitat crítica de l'opinió pública i també les seves actuacions en vers la seva salut.

L'objectiu general del treball és estudiar la cobertura i el tractament que en fan els diaris digitals, dels temes relacionats amb la salut i els elements que aporten per a la construcció social del concepte salut.

Pel que fa als objectius específics es proposa:

1. Observar, descriure i determinar de forma quantitativa i qualitativa la cobertura periodística dels temes de salut en els mitjans digitals a partir de l'estudi de la producció de notícies de diaris digitals triats, i en un període concret de temps.
2. Descriure categories temàtiques segons els tipus de continguts de les unitats d'anàlisi i nivells d'aprofundiment.
3. Assajar una aproximació interpretativa del concepte de salut que trameten les notícies analitzades dels diaris digitals, tot ressaltant les dades més significatives.
4. Elaborar i assajar un mètode propi per l'anàlisi específica.

3. Metodologia

L'estudi que es presenta és descriptiu, retrospectiu i transversal. S'ha fet una anàlisi de textos per descriure característiques de producció de notícies sobre salut, arxivades en les hemeroteques dels diaris en un període de temps acotat en el mes de març del 2007, uns mesos abans d'iniciar l'estudi. L'anàlisi s'ha dut a terme en base a indicadors quantitatius en la seva majoria, i menys de qualitatius.

S'ha realitzat en tres etapes: en la primera s'ha fet, per una banda, una cerca bibliogràfica i documental d'estudis sobre mitjans digitals. Per una altra banda, s'ha realitzat una preanàlisi exploratòria de varies capçaleres digitals en català per orientar la metodologia i la selecció de la mostra. En la segona etapa s'ha fet una recollida sistematitzada d'informació i s'ha creat una base de dades, i en la tercera, l'anàlisi de les dades i d'alguns textos específics.

Un cop esmentat l'objecte de l'anàlisi i objectius, cal descriure'n, la mostra, el corpus d'anàlisi, i el procediment utilitzat.

3.1 L'univers i La mostra

La premsa digital en català dels mitjans que ofereixen informació generalista seria l'univers possible, però atès que és un treball exploratori i la limitació del temps que es disposa (tres mesos), es selecciona una mostra a partir d'un mostreig en etapes múltiples²⁸. En una primera selecció es trien aquelles capçaleres generalistes de premsa digital que publiquen en català (exclusivament o no). S'exclouen les capçaleres de proximitat: locals, comarcals, provincials i capçaleres especialitzades. Les dades de l'*Oficina de Justificación de la Difusión* (OJD), ajuden a determinar el grau d'implantació de les capçaleres catalanes en línia, a partir de xifres sobre les visites i les pàgines de cada capçalera auditada. La primera observació es fa el març del 2007 (*taula 3.1*).

²⁸ Forma de mostreig considerada com a variant del mostreig per conglomerats, en què es poden utilitzar diferents procediments en cada etapa (Klaus Krippendorff, 1997).

Taula 3.1 Grau d'implantació de capçaleres en línia catalanes. Març 2007

Diari digital	Nombre de visites	Nombre de pàgines
<i>EL Periódico de Catalunya</i>	3.951.395	27.713.700
<i>Avui</i>	475.743	3.438.950
LaMalla.net	487.425(juny 1ª auditoria)	487.425
Vilaweb	1.373.749	5.147.125

Font: elaboració pròpia a partir de dades publicades per l' "Oficina de Justificación de la Difusión"

Altres capçaleres en línia, com la d' *El Punt* no consten com auditades i per tant no hi ha xifres orientatives.

Considerant les dades d'audiència disponible i la consulta d'altres treballs (ja referenciats), en un principi, s'inclouen en la mostra per l'anàlisi: *El Periódico de Catalunya* i *l' Avui*, VilaWeb i LaMalla.net. Queda exclosa la capçalera d' *El Punt* (encara que sigui de gran difusió l'edició en paper) per definir-se ell mateix com un diari comarcal i per no tenir capçalera digital pròpia (ho fa a través de VilaWeb).

El motiu de triar aquests diaris, també ve donat per la possibilitat d' incloure un criteri comparatiu entre diaris. Per una banda, com a representants principals de les versions digitals de la premsa escrita de mitjans tradicionals i que parteixen d'una versió en paper, *El Periódico de Catalunya* i *l' Avui*. I com a representants principals dels nous mitjans digitals, sense versió en paper, VilaWeb i LaMalla.net. Tradicionals per una banda i digitals per l'altra permet la diferenciació en la construcció de la notícia.

D'altra banda, també permeten la representació de diferents modalitats en l'edició de mitjans: VilaWeb i LaMalla.net són mitjans ambdós en català i digitals exclusivament. *El Periódico de Catalunya* representant dels mitjans tradicionals que publica dues versions lingüístiques: català i castellà, i en dues versions de format: en paper i en digital (també en les dues versions lingüístiques); I *l' Avui* representant dels que publiquen en paper i digital però només en català. Aquesta diferenciació permet establir comparacions en la procedència i el contingut de les notícies.

Un cop triades les capçaleres que podrien configurar la mostra es fa una preanàlisi per explorar l'estructura i la dinàmica que segueixen els webs per identificar i seleccionar de la seva hemeroteca, les notícies que configuraran el corpus. La preanàlisi també s'utilitza per començar a esbossar els criteris i variables de l'anàlisi.

3.2 Preanàlisi: la navegació pels mitjans per explorar l'organització

A partir de la selecció prèvia dels diaris en línia, es fa una observació exploratòria d'aquest mitjans, visitant els seus webs i assajant la recerca retrospectiva en les respectives hemeroteques tot navegant pels llocs web. Així, es pot fer una primera descripció de quina serà la sistemàtica de navegació pels mitjans a l'hora d'obtenir el corpus i per comprovar que compleixen uns mínims d'homogeneïtat.

Després de la preanàlisi exploratòria de les capçaleres digitals prèviament seleccionades, es decideix excloure VilaWeb del corpus d'anàlisi. El primer motiu és que està configurat per notícies produïdes des de les versions d'àmbit local i comarcal, que és un dels criteris d'exclusió. I un altre motiu és que el disseny de les seves pàgines web i de l'hemeroteca, que divergeixen del disseny i organització habitual de les altres capçaleres, dificulten la cerca de notícies i l'homogeneïtzació en l'anàlisi.

3.3 El corpus. Criteris per la selecció de les unitats d'anàlisi

El corpus de l'estudi el conformen les 110 notícies digitals publicades en els diaris d'informació general *Avui*, *El Periódico de Catalunya* i *LaMalla.net*, i que es troben arxivades en les hemeroteques d'aquests en el mes de març de 2007. El mes que es tria és aquest per ser un dels mesos que presentava menys variabilitat, pel que fa a nombre de notícies sobre salut, en altres estudis (*Informes Quiral* 2000, 2006, 2005).

Es trien les notícies d'arxiu perquè són les que ja no pateixen cap modificació i són les consultades pels lectors interessats com a font de consulta. Al ser notícies d'arxiu, l'hora i el moment d'observació no representen cap implicació en la recerca.

La selecció de textos periodístics per a l'anàlisi de continguts d'aquest treball es basa en els següents criteris:

* **Periodicitat:** S'inclouen les notícies de cada dia, sense diferenciar si són laborables o festius. Tampoc es diferencien si les peces tracten o no sobre el mateix esdeveniment.

* **Gènere periodístic:** tot i que en periodisme digital els gèneres periodístics no es ceneixen a la classificació convencional (teòricament), s'ha utilitzat aquesta com a criteri perquè en la pràctica es continua aplicant aquest model. Partint d'aquesta premissa, en l'estudi només s'inclou el gènere de notícia pròpiament dita.

Per tant s'exclouen: textos d'opinió, reportatges²⁹, cròniques, especials, suplementos, canals específics i entrevistes.

* **Cronologia:** s'inclouen tant els textos d'informació d'actualitat diària (que guarden una relació d'immediateza entre el temps de la publicació i del succés) com els textos de divulgació (en què no hi ha temporalitat) .

* **Temàtica:** S'inclouen les notícies de salut de la secció què disposa cada diari per aquest tipus de notícia. La condició indispensable és que el principal tema tractat sigui la salut des de les seves diferents vessants³⁰.

* **Procedència de la notícia:** s'inclouen tant les notícies generades des de Catalunya, com les de nivell estatal (altres CCAA), com les de nivell internacional.

Segons l'exploració prèvia, només cal observar les notícies incloses en la secció de "societat" amb que compten *El Periódico de Catalunya*; de *L'Avui* i de *LaMalla.net*. Per cribrar les notícies de salut entre altres cal llegir el llistat dels titulars de la secció i si no es suficient el resum o la notícia íntegra.

Les notícies sobre denúncies, judicis, sentències, vagues, protestes, conflictes entre hospitals o professionals i usuaris no s'han inclòs, encara que siguin generades per qüestions de sanitat o salut, perquè no és el tema principal i no són rellevants per la seva aportació de coneixements a nivell tècnic, científic o de divulgació sobre salut .

Procediment per la recollida de dades

La base de dades que recull els registres per l'elaboració dels resultats es realitza amb el programa Microsoft Excel, igual que per l'anàlisi.

Un cop s'identifica la notícia que compleix els requisits per formar part de la mostra s'imprimeixen els textos íntegres. Es fa una primera lectura de la notícia per a la descripció, enregistrant de forma individualitzada per cada text les característiques considerades d'interès per a l'anàlisi de les variables.

Per al registre de cada notícia s'ha elaborat una fitxa de disseny propi, com instrument que permet la recollida de dades de forma homogènia i sistemàtica. En aquesta hi consten totes les variables o indicadors classificats en categories (annex1).

Es fa una segona lectura dels textos triats per a l'anàlisi específica del discurs.

²⁹ Es consideren reportatges les notícies que superen els 7 paràgrafs o 36 línies i les que el propi mitjà identifica com a tals.

³⁰ Textos que es centren en informació relativa a la medicina, la salut, la sanitat i el seu entorn, i aspectes relacionats amb aquests . Per ampliar concepte salut veure marc teòric.

3.4 L'anàlisi. Descripció de categories i variables

Un cop definida la mostra d'estudi, per poder fer l'anàlisi descriptiva, cal establir un mètode per a la recollida de dades i la seva categorització. L'anàlisi es basa en les pautes generals de l'anàlisi de continguts vist des de la perspectiva de Klaus Krippendorff (1997). Segons aquest autor l'anàlisi de contingut va més enllà de les nocions convencionals de contingut (símbols, missatge, llenguatge del contingut manifest, segons Berelson³¹) i s'ha de considerar dins del context d'una concepció diferent de comunicació humana i del paper que tenen en aquesta els nous mitjans de comunicació³². A part del contingut, també s'ha de tenir en compte l'emissor, el destinatari, la codificació, el suport del text (Brunet, 2002), utilitzant tècniques tant quantitatives com qualitatives per l'anàlisi.

En aquest estudi s'exploten majoritàriament tècniques quantitatives a partir de la recollida de dades classificades en categories, segons característiques de les variables, i codificades segons criteris preestablerts. També s'han utilitzat altres mètodes complementaris com el qüestionari obert i la valoració qualitativa del contingut dels textos amb criteris per a la informació sanitària.

Els indicadors o variables s'estableixen a partir d'alguns estudis sobre mitjans digitals (Franquet, 2006; Rubio, 2007; Scolari, 2007) i altres sobre salut i mitjans (*Informes Quiral*; Burns, 1995) on s'han descrit algunes variables, ja validades, que es poden aplicar en aquesta recerca, i altres variables específiques definides a partir de la revisió i lectura prèvia de les unitats d'anàlisi. I, com recomana Klaus Krippendorff (1997), s'estableixen unes categories per agrupar les variables i manejar millor la informació a l'hora de l'anàlisi.

Les categories³³ que s'estableixen en aquest cas descriuen els nivells d'aprofundiment de la informació periodística i també agrupen les variables descriptives d'aquesta. Com es pot observar en la *taula 3.2* les variables queden agrupades en quatre categories: categoria preliminar per a la identificació i descripció del format de la notícia; seguida del nivell d'informació principal, un nivell d'aprofundiment, i la darrera sobre els recursos multimèdia i participatius.

³¹ Citat a Amezcua, 2002

³² Els canvis produïts en la societat exigeixen una descripció estructural del contingut, que tingui en compte el canal, els processos de comunicació, les tecnologies, els efectes [...]. "L'anàlisi de contingut és sensible al context, per tant, és capaç de processar formes simbòliques" (Klaus Krippendorff, 1997; pàgs. 9-14, 28-44)

³³ Les categories establertes estan basades en la classificació per capes feta per Rubio Lacoba, 2007; pàg. 116-135.

Taula 3.2 Registre de categories i variables

Categoria 0. Identificació i descripció	Categoria 1. Informació principal
<ul style="list-style-type: none"> Nom de la publicació Secció del diari Data de publicació Títol, subtítol i avant-títol Presència d'entradeta Autoria: <ul style="list-style-type: none"> periodista/redacció/agència/altres mitjans Extensió: nº de línies i nº de paràgrafs Origen de la notícia: <ul style="list-style-type: none"> Catalunya/nacional/internacional 	<ul style="list-style-type: none"> Tema informatiu* Àrea o camp temàtic* Tractament: <ul style="list-style-type: none"> actualitat/ divulgatiu/estudi Fonts documentals: <ul style="list-style-type: none"> revistes científiques altres publicacions experts afectats Institucions/organitzacions Administració pública Universitats altres mitjans de comunicació
Categoria 2. Aprofundiment hipertextual	Categoria 3. Multimèdia i participació
<ul style="list-style-type: none"> altres notícies relacionades enllaços interns nº enllaços externs nº documents annexes (tipus) 	<ul style="list-style-type: none"> Multimèdia: - Fotografies - Infografies - vídeo - àudio Interactivitat: Específica a la notícia: <ul style="list-style-type: none"> comentari - enquesta - xat fòrum - votacions entrevistes relacionades General

Font: elaboració pròpia basada en l'Informe Quiral i Rubio Lacoba

*la descripció de les categories es troba en els resultats.

Categoria 0. Identificació i descripció de la notícia. Les variables recullen les dades necessàries per identificar la notícia i descriure els elements utilitzats en la construcció de la notícia: data, diari i secció; el títol, si hi ha o no entradeta i complements al títol (subtítol i/o avant-títol), l'autoria, l'extensió i l'origen.

Categoria 1. Nivell d' Informació principal. Tractament del contingut periodístic.

En aquesta categoria es recullen dades referents a la descripció del contingut temàtic de la notícia, el tractament que se li dona i les fonts de documentació citades o referenciades.

En el contingut temàtic s'identifica el tipus d'informació què dona el text, s'hi especifica el tema³⁴ o tòpic concret del que es parla, i també l'àmbit al que pertany en el camp de la salut o disciplines relacionades, de les que s'han llistat 11 categories (taula 3.3).

³⁴ Temes: són els temes o ítems d'interès periodístic que conformen l'agenda temàtica dels mitjans de comunicació i que han generat les notícies del corpus. S'ha elaborat una llista de 13 temes per una homogeneïtzació temàtica a partir dels textos analitzats.

Taula 3.3 Llista de temes i àmbits temàtics

Temes o tòpics	Àmbits temàtics
<ul style="list-style-type: none"> • Agents causals (bacteris, virus, agents ambientals..) • Alimentació • Cirurgia estètica • Drogues: Alcohol, tabac i altres addiccions • Eutanàsia • Fàrmacs • Lipoatròfia Semicircular • Malalties (SIDA, obesitat, tuberculosi...) • Professionals • Reproducció • Tècniques/programes • Usuaris • Vacunes • Altres 	<p>Intervencions sobre Biologia Humana:</p> <ul style="list-style-type: none"> • diagnòstic • tractament • mesures preventives <p>Intervencions sobre els hàbits:</p> <ul style="list-style-type: none"> • promoció de la salut • entorn i salut <p>Sistema Sanitari</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recursos sanitaris <p>Suport a la Salut Pública</p> <ul style="list-style-type: none"> • Legislació • Ètica • Epidemiologia • Coneixement científic • Mitjans de comunicació i salut

Font: elaboració pròpia

Categoria 2. *Nivell d'aprofundiment de la informació o nivell hipertextual.* S'hi recullen tots aquells recursos que ajuden a ampliar o aprofundir la notícia com altres notícies relacionades enllaços interns i externs, documents annexes

Categoria 3. *Recursos multimèdia i participatius.* Es recullen aquells recursos que complementen el contingut textual i els que només permet el suport en xarxa com vídeos, àudios, imatges en moviment, i elements que permeten la interactivitat com fòrums, comentaris, xats, etc.

Per l'anàlisi, a part d'utilitzar l'observació directa i de la recollida de dades, s'ha elaborat un qüestionari (annex 2) de preguntes obertes i d'opinió sobre producció de notícies en periodisme digital. Aquest va ser enviat per correu electrònic a alguns redactors que signaven les notícies de salut analitzades, però en cap cas es va retornar el qüestionari contestat, només una resposta al missatge (annex 3) però amb alguna dada que es pot utilitzar com a suport en algun resultat.

Després de l'anàlisi s'identifiquen els aspectes més destacables del període analitzat per exposar-ho en els resultats i per fer-ne les reflexions i inferències adients.

La intenció d'aquest projecte és el d'arribar just a la fase exploratòria i descriptiva, és a dir, descriure l'estat de la qüestió. L'extensió i l'aprofundiment, i l'ús de mètodes qualitatius com l'entrevista o els grups focals, per donar també una visió social, queden pendents per a treballs posteriors.

3.5 Limitacions i dificultats

1. Les hemeroteques cerquen de forma diferent en cada diari, ja que no hi ha classificació específica per secció "salut".
2. Cal assajar diferents formes de cerca per trobar la més homogènia i específica en tots els diaris digitals fins trobar la recerca utilitzada.

La primera opció per identificar notícies amb el cercador que parlin de salut és per paraules clau. Es prova "salut" limitant el període de temps a l'any 2006; el cercador identifica les notícies que en el seu text contingui la paraula "salut". Això vol dir que hi ha notícies que hi surt la paraula però el contingut no és de salut i exclou notícies de salut que en el seu text no hi consta la paraula. Amb aquesta paraula el llistat dels titulars és molt ampli i cal llegir titulars, capçaleres i la notícia sencera per eliminar aquelles notícies que no tenen res a veure amb salut.

S'intenta acotar la selecció associant a "salut" altres paraules clau com "hàbits saludables" i "promoció" però en totes les opcions es llisten notícies que no tenen res a veure amb salut.

3. El diari *Avui* canvia de format i el cercador just després d'extreure les còpies per l'anàlisi.
4. El període de temps per realitzar el treball ha estat limitat
5. S'ha invertit molt temps en el procés metodològic per dissenyar un mètode fiable de recollida de dades que no estava previst en els objectius inicials.
6. No s'han pogut utilitzar les dades previstes dels qüestionaris per falta de resposta.

4. Anàlisi i Resultats

En aquest apartat es presenten els resultats descriptius, quantitatius i qualitatius obtinguts de l'anàlisi de notícies que estan relacionats amb la salut i la malaltia en el seu sentit més ampli, com ja s'ha exposat en la metodologia i el marc teòric. El corpus d'anàlisi són 110 textos seleccionats de les notícies publicades en el mes de març de 2007, en tres diaris en línia que editen en llengua catalana: *El Periódico de Catalunya*, *L'Avui* i *LaMalla.net*.

En el primer apartat es descriu quin és el sistema de navegació per arribar a l'arxiu de notícies sobre salut dels diaris en línia triats en primera opció (els abans citats més *Vilaweb.cat*). En el segon apartat s'exposen els resultats referents a la producció de textos publicats, la construcció digital i el tipus de peces informatives. Tot seguit els autors que signen les notícies, l'origen territorial i les fonts d'informació que s'han citat. I, finalment els temes o tòpics que tracten, des de quina àrea de salut es tracten i com es tracten a nivell periodístic. I per acabar és fa una anàlisi més qualitatiu de tres dels tòpics més rellevants de l'agenda mediàtica del mes de març del 2007.

4.1 Localització. Navegant vers l'arxiu de notícies

En la pàgina principal de tots els diaris es pot trobar el menú (a l'esquerra o superior) que distribueix la informació en seccions. En la secció de societat és on es localitzen les informacions relacionades amb la salut, segons la preanàlisi. També es troba en tots els diaris una hemeroteca o arxiu de notícies al que s'arriba per diferents procediments.



El servei d'hemeroteca de l'*Avui* es troba a la barra de menú esquerra, per poder accedir a les notícies arxivades. Està distribuïda per mesos i dies, i es poden consultar les notícies des del 2006 fins l'actualitat. La consulta de notícies es fa a través del dia, es pot optar per la versió en línia (a partir del mes d'abril del 2007) i la de paper en format PDF. També hi ha el cercador que permet introduir el període de temps, però no es pot cercar per seccions sinó per paraula clau, cosa que fa molt difícil la cerca de notícies referent a salut perquè no totes elles porten incorporada la paraula salut, i d'altres que incorporen el mot salut no tenen res a veure amb el camp sanitari. Si, de totes formes es prova fer aquesta cerca no hi ha cap resultat en el mes de març.

Així cal utilitzar l'hemeroteca i cercar les notícies de salut dia per dia. Com l'estudi es fa del mes de març que no hi ha registre digital, cal accedir a la versió paper en PDF. Un cop en la portada cal anar a la secció preferent que en aquest cas és la de societat, que és on s'inclouen les notícies sobre salut en aquest diari. S'accedeix a la notícia amb un enllaç al titular de la llista que pugui semblar que fa referència a algun tema sobre salut. L'epígraf "salut" es troba indicada abans del titular. Per anar a un altre dia es pot fer directament des de la pàgina gràcies a un calendari localitzat en el menú lateral esquerre.



Cercadors dels diaris *El Periódico* i l' *Avui*

el Periódico.cat

Les notícies arxivades de *El Periódico* es poden trobar accedint des de varies opcions. El menú d'alguns serveis es troba al peu de la pàgina principal, al "directori de continguts", al menú "eines": la opció "cercador" i l'opció "accés a l'arxiu" permet cercar paraula clau en un període de temps; l'opció "arxiu de notícies" permet cercar període de temps i secció però ha de ser per paraula clau (no per temàtica). Si es posa la paraula clau salut apareix un llistat de titulars i referència, entre elles hi ha notícies que no tenen res a veure amb salut. Però hi ha una altra opció, l'"hemeroteca" permet cercar les edicions diàries distribuïdes per mes i any (des del 2006 a l'actual) en un calendari, com el de l'*Avui*. Es pot optar per l'edició en línia i la de paper en PDF.

Entrant a l'edició del dia triat es troba una pàgina amb el llistat amb tots els titulars de les notícies per seccions, en la de "societat" (que és on es classifiquen les notícies sobre salut segons prèvia observació) es poden identificar els titulars que poden ser de salut i que enllacen amb la notícia complerta en una altra pàgina. Un epígraf, *salut* o *sanitat*, abans del títol de la notícia corrobora la classificació.



En la pàgina d'entrada del diari LaMalla.net, el menú esquerre ofereix la informació estructurada en diverses seccions. Una de les seccions és la de "Societat" dins la que hi ha dues subseccions: educació i salut.

Per cercar en l'hemeroteca, s'ha d'anar a la cerca avançada del buscador que es troba en el menú lateral dret, on dona la possibilitat d'acotar paraula clau, secció i període de temps. Com el diari té una subsecció temàtica sobre salut dins la secció de societat s'introdueix en el cercador la paraula clau: salut; secció: societat i el període que es vol consultar (de l'1 de març al 31). La classificació de titulars seguit d'un descriptor de la notícia, apareix ordenada per data i hora, i es pot accedeix aquesta per un enllaç en el titular. Des de la secció salut també es pot accedir directament a l'arxiu de notícies sobre salut.

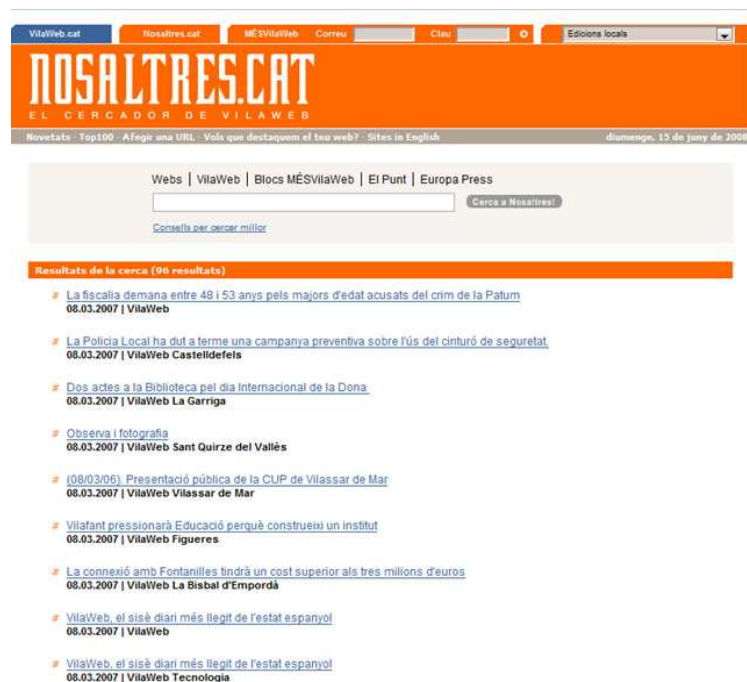
The screenshot shows the LaMalla.net website interface. At the top, it says "Diumenge, 15 de juny de 2008" and "Canal municipal". The main header features the "EL DIARI DIGITAL LaMalla.net" logo. Below the header is a navigation bar with links: Videos, Fotos, Blocs, Agenda, Participa, Usuaris, La meua carpeta, El + vist, and Titulars. On the left side, there is a vertical menu with categories: Infolocal, Política, Societat, Internacional, Economia, Medi ambient, Cultura, Digitals, Mèdia, Esports, and El Temps. Below this menu is a search bar labeled "Cercador:" with a "cerca avançada" link. The main content area is titled "CercadorLaMalla.net" and contains a "Cerca avançada" form. The form has three sections: "Paraules claus" with a text input containing "salut" and radio buttons for "La frase exacta", "Totes les paraules", and "Alguna de les paraules"; "Temàtica" with a dropdown menu set to "Societat"; and "Data" with "Des de:" and "Fins:" date pickers set to "01/03/2007" and "31/03/2007" respectively. There are "CERCAR" and "Esborrar" buttons. Below the search form, a yellow box titled "Resultats de la cerca: salut" states "S'han trobat 53 resultats". The first result is "S'han diagnosticat 1.586 nous casos durant el 2006" with a sub-header "La sida recula un 12,7 per cent a Espanya" and a date "30/03/2007 - 09:51h". To the right of the result is a short text snippet. On the far left, there is a sidebar with "Avui és:" (Sant Bernat, Santa Mikaela), "Tal dia com avui:" (1977 - Primeres eleccions generals democràtiques a Espanya després de la mort de Franco), and "Per reflexionar:" (Una persona que vol venjar-se guarda les seves ferides obertes. - Francis Bacon). At the bottom, there is a footer with the text "El Govern central publica el Baròmetre Sanitari" and "La meitat dels catalans, si noquessin. Els catalans aroven, amb una nota de 6,18, el sistema".

Cercador del diari LaMalla.net



Les notícies arxivades es troben al menú “arxiu” que es localitza al final de la pàgina principal, en l’apartat “notícies anteriors” o també es pot anar al menú superior “nosaltres.cat”, s’arriba al mateix cercador. Aquest permet cercar bé per dia o bé per paraula clau. L’opció més pràctica és posar paraula clau “salut”, surt un llistat de titulars de tot l’arxiu de notícies existents, i després cal anar a cercar les que estan datades amb el mes que interessa, en aquest cas el març i triar els titulars que fan referència a temes de salut.

El problema és la tria, doncs hi ha notícies que no són de salut, i segurament hi ha notícies de salut que no surten per paraula clau. Si es va pel sistema de cerca diari, el resultat és un llistat amplíssim de tots els titulars, fins i tot de les versions locals, els titulars no estan classificats per cap secció ni subsecció o descriptor de la notícia, fet que dificulta molt la identificació de les notícies de salut que compleixin els criteris establerts. La manca d’homogeneïtat amb els altres fa desestimar aquest mitjà com a part de la mostra.



Cercador diari Vilaweb

Després d’aquesta descripció es podria dir que una eina tant fonamental com són les hemeroteques dels diaris, que representen un arxiu documental de referència, no tenen formats homogenis i l’organització no és de fàcil accés per trobar de forma ràpida les notícies que es busquen.

De ben segur que no és qüestió tecnològica sinó de la progressiva adaptació que han d'anar fent els mitjans a les demandes dels internautes.

Continuant amb una anàlisi més concreta, es pot descriure la producció de notícies, els seus formats i continguts. Per aquesta descripció s'ha triat com a mostra les notícies sobre salut del mes de març arxivades en les hemeroteques dels tres diaris inclosos: *El Periódico de Catalunya*, *L'Avui* i *LaMalla.net*. Aquest fet limita els resultats i la seva interpretació en aquest període i en cap cas es poden generalitzar com característiques definitives dels diaris. Per ser la mostra i el període d'estudi poc representatiu només es podria considerar com a tendències.

4.2 Les notícies sobre salut en els diaris digitals. La descripció

En aquest estudi només s'ha analitzat el gènere informatiu, és a dir notícies pròpiament dites que aporten documentació i dades que es refereixen a algun esdeveniment relacionat amb la salut. S'han exclòs els generes interpretatius i d'opinió.

4.2.1 La ubicació

Com s'ha descrit en l'apartat anterior, les notícies de salut analitzades s'han identificat a partir dels arxius de tots els diaris estudiats. La ubicació de les notícies de salut ha estat la secció de societat dels corresponents diaris. En cap dels diaris hi ha una secció específica de notícies sobre salut en el menú principal. Aquest fet dificulta la identificació de les notícies sobre salut d'entre les altres, i requereix la lectura prèvia del resum en els casos que aquest acompanya el titular, o en el seu defecte, cal llegir la notícia sencera.

Tot i que en la capçalera de la notícia en la majoria de notícies i dels diaris s'hi pot trobar un epígraf que ajuda a orientar l'àmbit de la notícia i corroborar la identificació: *sanitat* i *salut*, cal trobar abans la notícia en l'arxiu.



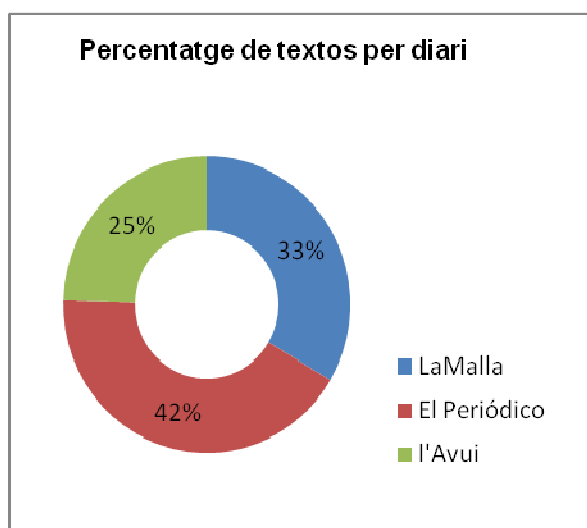
Capçalera de LaMalla.net amb la secció societat i subsecció salut

Cal destacar, que LaMalla.net dins de la secció societat, sí que disposa d'una subsecció o submenú on es poden trobar exclusivament les notícies que parlen sobre salut: tant aquelles del dia com totes la resta publicades pel diari, arxivades per ordre de data.

4.2.2 La Freqüència

La freqüència de publicació de notícies sobre salut és pràcticament diària en tots els diaris. El diari que més dies ha estat sense publicar cap notícia sobre salut, dins del mes analitzat en aquest estudi, ha estat LaMalla.net (7dies) i el que menys *El Periódico* (3 dies).

Els dies que en publiquen ho fan com a mínim amb una i com a màxim cinc (només en una ocasió *El Periódico* i una altra en LaMalla.net).



El nombre de textos publicats en cada diari varia, de les 110 peces analitzades el que més en publica durant el mes de març de 2006 és *El Periódico* amb 46 notícies, en segon lloc en nombre de textos publicats és LaMalla.net amb 37 notícies i el que menys li interessen els temes de salut és *l'Avui* amb 27 textos.


Figura 4.2 Percentatge de textos sobre salut per diari

El volum d'informació no és uniforme al llarg del mes analitzat, la tercera setmana (del dia 12 al 18) i la cinquena (del 26 al 31) són les setmanes que més textos sobre salut s'ha publicat (27 i 29 textos respectivament).

Els dies de la setmana que més notícies de salut apareixen en general són els dimecres i dijous³⁵, i el que menys textos es publiquen és els dilluns. Els caps de setmana no presenten diferències significatives amb els altres dies.

³⁵ Cal tenir en compte que les dades globals sobre els textos són relatives ja que la mostra no és molt gran i que l'augment o la disminució en un dels diaris pot fer variar el resultat global.

L'increment de textos que es dona en algunes setmanes i específicament alguns dies ve determinat per esdeveniments puntuals que ocupen un interès especial en l'agenda mediàtica i social, com per exemple el cas Echevarría³⁶.

Tot i que no s'han inclòs en l'anàlisi els textos de suplementos o canals específics dins de cada publicació digital, cal destacar que *El Periódico* té un canal sobre salut,  , a mena de revista amb un menú ampli on es pot trobar informació més variada i notícies que provenen de fonts especialitzades. És coherent, doncs que aquest diari també sigui el que més notícies sobre salut publiqui. D'aquest fet es podria deduir que no només hi ha un periodista especialitzat en salut sinó un equip que manté el canal salut i que pot nodrir de més notícies el diari general.

La salut és un tema d'interès social i ocupa un espai habitual en els diaris digitals. Malgrat això, els temes de salut no tenen encara una ubicació específica en el menú principal dels diaris digitals, es troben barrejades amb les altres notícies de societat.

El mateix fet ocorre en l'organització de les hemeroteques i arxius de notícies. Exceptuant el cas de LaMalla.net que comença a trencar, amb el format tradicional de seccions. De forma que inclou subseccions com educació i salut, amb un intent d'atendre necessitats específiques o bé d'utilitzar les potencialitats de la xarxa (espai il·limitat del que no disposen els mitjans tradicionals) per classificar les notícies amb més especificitat i ajudar a la cerca concreta.

Com es pot apreciar en els resultats de l'anàlisi, la salut és un tema que està present pràcticament en l'agenda diària dels mitjans digitals estudiats. Es podria afirmar que l'interès de la premsa per temes de salut ja no es redueix només a les notícies de gran impacte mediàtic, en situacions de crisi sanitària. Les notícies sobre temes de salut es poden trobar en les seccions específiques de forma constant, responnent a la demanda social d'una societat del benestar que vol estar al dia en els temes relacionats amb la salut i la malaltia.

4.2.3 La construcció de la notícia

En els diaris digitals l'estructura de la notícia és tan important com en els altres mitjans, la datació, el títol, l'entradeta, els destacats, l'extensió i la disposició de la informació. A més, però, cal considerar les característiques estructurals que les han de diferenciar d'altres mitjans no digitals com els enllaços, els recursos multimèdia i els interactius.

³⁶ És el cas d'una dona que de Granada que patia distròfia muscular i va demanar que se li retirés el suport respiratori que la mantenia viva.

- **Datació**

En l'emissió de les notícies per qualsevol mitjà és important la data perquè és un referent de temps a l'actualitat de l'esdeveniment. En els mitjans digitals és especialment important, no només la data sinó també l'hora d'emissió i d'actualització, doncs cal un referent més immediat a la constant modificació que es produeix de les notícies en els diaris digitals.

En les capçaleres estudiades consta datació en totes, però en diferent ubicació. A *El Periódico* la data es troba encapçalant cada notícia, junt amb l'hora, davant de l'epígraf. En el *banner* de la pàgina web d'aquest diari hi consta el dia de la consulta, igual que en LaMalla.net. En aquest darrer diari també es troba el dia i l'hora de publicació al final de cada notícia, però no hi consta en la versió per imprimir. I en *l'Avui* la data de publicació es troba en el *banner* de la pàgina, i l'hora que no hi constava en la versió anterior (fins el 2007) d'aquest diari digital, actualment es troba al peu de la notícia junt amb la data.



Datació i titular del diari digital *El Periódico*

Molts esdeveniments sobre salut no són puntuals, són fets que evolucionen com seria una notícia que parla de l'aparició de casos d'una malaltia. En aquests casos el lector es vol mantenir informat en l'actualització de la informació, per saber més sobre les causes, si apareixen més afectats, les conseqüències, l'abast, etc. Per això és important la data i l'hora d'emissió i d'actualització de la notícia, perquè no hi hagi confusions en cas que es canviïn versions, dades o altra informació actualitzada.

- **Els titulars**

En les notícies els titulars sempre s'han utilitzat per cridar l'atenció del lector a part de ser per ells mateixos informatius. En els mitjans digitals adquireixen més importància perquè els titulars són els primers elements que llegeixen els lectors³⁷ i els que motivaran o no al lector a prémer el vincle per continuar navegant des de la pàgina inicial a les pàgines que ofereixen el text complet i altres elements relacionats.

En les notícies analitzades totes porten títol, la majoria d'ells són curts i no arriben a les dues línies, però no sempre s'adeqüen a les característiques d'un titular orientatiu, clar, concís. LaMalla.net i l'*Avui* sovint anomenen organismes o persones públiques donat per entès d'on són o qui són, una persona que no visqui al país li cal llegir l'entradeta o el primer paràgraf per saber a què es fa referència. La majoria de títols necessiten del subtítol o avant- títol per guiar als lectors sobre el contingut de la notícia.



Titulars de notícia al diari *Avui*

En l'exemple de titular del diari *Avui* la informació és incompleta, no diu on, ni quin tipus de permís. En el subtítol el terme "Salut" presta a confusió, pot ser el Departament, Salut Pública, la Salut en general; no especifica quins centres han de tenir consentiment; no diu a partir de quan. El subtítol (i avant- títol) i l'entradeta aporten la informació essencial de la notícia. Al igual que el títol la seva funció és informar de tots els temes d'interès de la notícia de forma que atrapin el lector per que continuï llegint i navegant.

³⁷ Estudi Eye Track Study del Poyter Institute de Florida (citat a Díaz Noci, 2003: 432)

El 50% de les notícies de *El Periódico* porten subtítol i cap presenta entradeta (identificable com a tal) igual que l'*Avui*. En canvi en LaMalla.net el 87% de les notícies porten una entradeta explicativa, i pràcticament totes subtítol com a l'*Avui*.

Torna a coincidir que el diari LaMalla.net compleix amb els requisits necessaris d'un diari digital, on els primers elements de la notícia (titulars i entradeta) estan disposats perquè l'internauta, amb una lectura ràpida s'informi dels aspectes més essencials i pugui decidir si continua llegint la notícia. Aquesta entradeta és la que es troba en el sumari, en l'arxiu, i es repeteix en la notícia completa.

The screenshot shows the LaMalla.net website interface. At the top, there's a header with 'EL DIARI DIGITAL LaMalla.net' and 'COMRàdio Xarxa Local'. Below the header is a navigation bar with links like 'Videos', 'Fotos', 'Blocs', 'Agenda', 'Participa', 'Usuaris', 'La meua carpeta', 'El + vist', and 'Titulars'. On the left side, there's a sidebar with categories like 'Infolocal', 'Política', 'Societat', 'Internacional', 'Economia', 'Medi ambient', 'Cultura', 'Digitals', 'Mèdia', 'Esports', and 'El Temps'. The main content area displays a news article titled 'Cada any es diagnostiquen 1.500 casos de tuberculosi a Catalunya' by ROCÍO ROS. The article includes a sub-header '24 de març: Dia mundial d'aquesta malaltia' and a small image of a person's chest. The text of the article discusses the prevalence of tuberculosis in Barcelona and Catalonia, mentioning the 'Dia Mundial de la Tuberculosi' and the 'Societat Catalana de Pneumologia'.

Entradeta de notícia del diari LaMalla.net

Els diaris *El Periódico* i l'*Avui* en les notícies analitzades no compleixen les exigències dels diaris digitals pel que fa a la redacció dels titulars, es pot entendre que aquestes diaris redacten les notícies per la versió en paper i que la bolquen al mitjà digitals sense modificar.

En les notícies digitals l'internauta, que és un lector ràpid, ha de poder identificar en poques línies de què va la notícia, per si és del seu interès, sinó ho entén de vegades no es queda a esbrinar-ho i continua navegant. Les notícies sobre salut interessen a molts lectors i els mitjans digitals necessiten ser llegits, només cal una adaptació a les característiques.

- **El text**

El cos del text de la notícia, completa el que s'ha anunciat al títol i a l'entradeta. Les notícies dels mitjans digitals acostumen a ser breus, es recomana que no excedeixi de les dues pantalles, tenint en compte que l'espai visual d'una pantalla són unes 25 línies aproximadament i que els lectors de la premsa digital prefereixen la utilització d'enllaços que les barres de desplaçament.

Pel que fa a l'extensió del text de la notícia és variable, mentre la mitjana de paràgrafs de *El Periódico* és de 6 paràgrafs³⁸, les notícies de LaMalla.net estan estructurades entre 3 i 4 paràgrafs, i entre 4 i 5 les de *l'Avui*. Això representa en nombre de línies, una mitjana de 26 d'extensió de les notícies a *El Periódico* com el diari que més escriu i una mitjana de 21 línies *l'Avui* el que menys, LaMalla.net és queda entremig (23 línies de mitjana).

Es pot observar, doncs, que s'ajusta (molt per sota) a l'extensió màxima recomanada (50 línies aproximadament), en la majoria de casos. Hi ha poques notícies en que s'excedeixin les dues pantalles i el que més ho fa és *El Periódico*.

En les notícies que parlen sobre temes de salut sovint és necessari fer aclariments i aportar les dades adequades perquè la interpretació de la notícia no sigui errònia, i no comporti conseqüències. Això obliga a una extensió mínima que no cal que sigui només amb el text escrit, la notícia pot ser completada amb elements multimèdia i hipertextuals.

Un periodista quan escriu una notícia sobre salut no ha de pensar només en donar informació, també ha de pensar com la diu valorant les possibles interpretacions i conseqüències del missatge sobre la població

La reduïda extensió de les notícies pot ser indicador de dues situacions: que les notícies són actualitzades i ampliades amb altres elements (enllaços, notícies relacionades, documents adjunts...) per completar la informació – seria el millor dels casos -, o bé que ni s'han actualitzat ni s'ha ampliat la informació. Aquest dubte es pot corroborar amb els resultats obtinguts respecte dels elements complementaris al text.

38 Es considera per aquest treball que un paràgraf tipus són 6 línies com a factor corrector per homogeneïtzar les diverses extensions i evitar el biaix en les comparacions.

23 de març del 2007

FORNIA A AVUI+.cat

Opinió Política Món Economia Diàleg Societat Barcelona Cultura i Espectacles People Esports Comunicació Serveis i Odi Última

Societat

Cercador Cercar

SALUT

EUA provarà en 300 pacients una vacuna contra la nicotina

REDACCIÓ

L'Institut Nacional sobre l'Abús de Drogues (NIDA) dels Estats Units té previst experimentar amb més de 300 pacients una vacuna contra la nicotina que podria comercialitzar-se en un termini d'entre tres i quatre anys. L'investigador del NIDA Iván Montoya, que va participar en unes jornades sobre drogues a València.

Quin estat?

Quin tipus de pacient?

Què és?

La pagara administració?

Te efectes secundàries?

Han fet fumar els animals?

d'on són?

Es podrà administrar a l'home?

El disseny de la futura vacuna es basa a afavorir la creació d'anticòs que aconseguirien "segregar" la nicotina al torrent sanguini abans que aquesta substància addictiva arribi al cervell. D'aquesta manera s'evita que la persona fumadora "senti el desig de consumir" i s'aconsegueix que vagi reduint el nombre de cigarrets.

La vacuna tindria tres aplicacions principals: la prevenció del consum inicial entre adolescents, la prevenció de recaigudes entre persones que deixen de fumar i el tractament en dones embarassades fumadores. El doctor Montoya va assegurar que en els estudis fets fins ara amb animals, "s'ha demostrat que la vacuna prevé l'arribada de nicotina al cervell del fetus". D'aquesta manera, si la mare decideix seguir fumant durant l'embaràs, "almenys el fill no patirà els efectes de la nicotina".

Què és?

La teràpia immunològica contra la nicotina és un objectiu "prioritari" del NIDA, que classifica aquesta substància com a "droga d'abús". De moment, ja s'han reclutat més de 300 pacients per fer els estudis clínics en espera d'obtenir prou dades per demanar l'aprovació de la vacuna.

Notícia publicada al diari AVUI, pàgina 37. Divendres, 23 de març del 2007

Paraules clau: Vacuna, Nicotina, Pacients, Nida

PDFs - Societat

Divendres, 23 de març del 2007

Suplements

CULTURA +Cultura

sortim +Sortim

catv +CatTV

el cèntim +El cèntim

PLAERS +Plaers

Edicions locals

A TERRASSA +Terrassa

En una notícia digital sobre salut si és massa curta i no hi ha recursos complementaris apareixen dubtes

Recursos digitals

Els elements anteriors són components de les notícies de qualsevol mitjà, però les notícies dels mitjans digitals tenen la possibilitat d'utilitzar altres recursos que els dona característiques pròpies d'aquest suport comunicatiu, com s'ha comentat en el marc teòric: els enllaços hipertextuals, els recursos multimèdia i els elements participatius, que guien en l'aprofundiment, l'ampliació de la informació i la interactivitat.

Enllaços

Els enllaços, disposats en l'entradeta de la notícia i en el text central són els que orienten en la navegació i aprofundiment de la notícia segons preferències dels internautes a través del text proposat per l'emissor.

Segons les dades obtingudes en l'anàlisi podem observar que no s'utilitzen massa ni correctament. En alguns casos, els textos de les notícies contenen enllaços intern i/o externs³⁹. En *El Periódico* el enllaços interns (11 notícies que en presenten) són titulars que porten a altres notícies del mateix diari relacionades amb el tema del mateix dia o altres dies. En *l'Avui* la majoria de notícies (89%) presenten enllaços interns que corresponen a paraules clau enllaçades a altres notícies del mateix diari que contenen la paraula, però que no tenen perquè referir-se al mateix tema. Cap dels anteriors diaris té enllaços externs.

En LaMalla.net la majoria de notícies (83,7%) presenten enllaços externs i la majoria no amplien la informació del contingut de la notícia sinó que enllacen amb els llocs web d'institucions o altres organismes referenciats en el text. Gairebé en la meitat dels textos hi ha enllaços amb notícies relacionades (43%) del mateix diari i en algunes notícies s'hi troben documents adjunts (16%) a diferència dels anteriors.

The screenshot shows the LaMalla.net website interface. At the top, there's a header with 'EL DIARI DIGITAL laMalla.net' and 'COMRàdio Xarxa Local'. Below the header is a navigation bar with links like 'Videos', 'Fotos', 'Blocs', 'Agenda', 'Participa', 'Usuaris', 'La meua carpeta', 'El + vist', and 'Titulars'. On the left, there's a sidebar with a 'Cercador' (Search) box and a list of categories like 'Infolocal', 'Política', 'Societat', 'Internacional', 'Economia', 'Medi ambient', 'Cultura', 'Digitals', 'Mèdia', 'Esports', and 'El Temps'. The main content area shows a news article titled 'Cada any es diagnostiquen 1.500 casos de tuberculosi a Catalunya' by ROCÍO ROS. The article text discusses tuberculosis, its prevalence, and the role of the Societat Catalana de Pneumologia. There are three arrows pointing to specific elements: one to the 'Enllaços' (Links) section, one to the 'Notícies relacionades' (Related news) section, and one to a link within the main text body.

Diferents tipus d'enllaços en el diari digital LaMalla.net

³⁹ Enllaços externs: porten a altres llocs web. Enllaços interns: traslladen els usuaris a altres fragments de la informació o altres notícies relacionades dins el mateix lloc web del mitjà

Tots els diaris presenten enllaços interns, són els que presenten menys dificultat en mitjà digital en el que hi ha uns arxius de notícies. Però no sempre són útils o s'utilitzen de forma adequada, com ho fa l'*Avui*.

Quin sentit té enllaçar paraules d'un text que condueixen a altres textos que no tenen cap mena de relació amb el primer, només per trobar-s'hi la mateixa paraula. Això desorienta al lector que es perd en altres notícies, perd el temps i no en treu res.

En el diari Avui Les paraules clau són enllaços a altres notícies arxivades que contenen la paraula

Es pot dir que els diaris que redacten les notícies per a les dues versions, l'*Avui* i *El Periódico*, tendeixen a no enllaçar amb llocs web externs, és una de les pors dels mitjans, la de que els usuaris canviïn de lloc i no tornin al diari. Però aquesta por només es pot evitar donant qualitat i credibilitat al diari digital, i amb una bona construcció de la notícia que motivi el lector de tornar al lloc d'origen.

El fet de que no existeixin enllaços externs implica que el lector no surt del mateix diari i per tant de la mateixa tendència i versió de la informació.

Els lectors no poden contrastar versions, no poden ampliar la informació, a no ser que sigui pel seu compte; no poden satisfer, els lectors més interessats, en aprofundir els coneixements.

La situació és la mateixa si els enllaços externs s'utilitzen incorrectament. Està bé que els enllaços portin a webs d'institucions i organismes referenciats com fa LaMalla.net, si no són coneguts pels lectors, però seria molt més interessant que portessin a les pàgines específiques de la institució citada que ampliiïn o detallin algun aspecte de la notícia.

Aquesta qüestió esdevé important quant fa referència a temes de salut en les que sovint el lector vol concretar, aclarir o aprofundir en algun concepte.

En aquests casos si els lectors dels mitjans digitals no troben enllaços “recomanats” per l'emissor és fàcil que es perdin navegant per pàgines de la Xarxa que poden ser o no acreditades, fiables i de qualitat, per falta d'expertesa en la cerca específica, en la majoria de casos. És quan el lector abandona el mitjà digital que llegia per no trobar ja el camí de tornada.

Els enllaços han de tenir algun sentit, no simplement pel fet d'enllaçar. Per aquest motiu cal una previsió del periodista, experimentat o especialitzat en l'àrea, en la possible lectura, actuar de lector avançat navegant per les pàgines web i cercadors específics i recomanables (sovint ja coneguts per l'experiència), enllaçar aquelles que siguin útils en el recorregut hipertextual de l'usuari i evitin la confusió i la pèrdua.

Multimèdia

Els elements multimèdia que es poden afegir a les notícies a part del text, són la característica diferencial dels mitjans tradicionals. Es poden incloure infografies, documents, vídeos, àudios, imatges relacionades amb la informació i que siguin de fàcil descàrrega.

El més habitual és que els textos analitzats vagin acompanyats de fotografies, els gràfics, les taules i les infografies són escasses (només LaMalla.net en 3 notícies).

Gairebé totes les notícies de LaMalla.net van acompanyades d'una o més fotografies, s'hi adjunta algun vídeo (de difícil descàrrega) i infografies (en tres notícies). I totes les notícies es poden escoltar en àudio. En *El Periódico* només s'ha trobat un vídeo que es repeteix en dues notícies relacionades, i poques notícies van acompanyades de fotografia (9 notícies). En l'*Avui* no hi ha cap vídeo en les notícies analitzades, tot i que després del mes d'estudi (en l'actualitat) sí que en presenten.

elPeriodico.cat / SOCIETAT Dimecres 15 juliol 2008

PORTADA OPINIÓ INTERNACIONAL POLÍTICA SOCIETAT CATALUNYA ECONOMIA TECNOLOGIA ESPORTS OCII

Portada > Societat

15/3/2007 17:30 H CONFORME A LA LLEI

Els experts rebutgen que la mort de la malalta de Granada amb distròfia sigui eutanàsia



AGÈNCIES BARCELONA
Experts de diverses associacions de metges rebutgen que el cas d'Inmaculada Echevarría, la malalta amb distròfia muscular progressiva que ahir a la nit va morir al ser desconnectada del respirador que la mantenia amb vida, pugui considerar-se eutanàsia. La mort de la dona ha aïllat el debat sobre el dret d'una mort digna.

El president del Comitè Científic de la Societat Internacional de Bioètica (SIBI), Marcelo Palacios, opina que en aquesta ocasió "no es tracta d'eutanàsia ni de suïcidi assistit", sinó només d'una retirada de tractament "atenent al dret que assisteix als ciutadans" i que ve recollit en la legislació vigent, en concret en la llei bàsica reguladora de l'autonomia del pacient.

Coincideix amb aquesta opinió el president de la Comissió Deontològica del Col·legi de Metges de Biscaia, Jacinto Batis, per a qui l'eutanàsia suposa realitzar una acció amb "la intenció de provocar la mort, no d'al·leujar el dolor" i, en canvi, la limitació de l'esforç terapèutic --cas d'Echevarría, segons Batis-- és "deixar d'utilitzar un tractament inútil o fútil", que no resol la

Video: Atlas

MÉS INFORMACIÓ

- ¿Aprueba desconectar la máquina que manté viu un malalt terminal?
- Chaves atribueix al Vaticà la decisió de traslladar a un hospital públic la malalta terminal que volia ser desconnectada

L'únic element multimèdia trobat en les notícies de *El Periódico*

En cap notícia de cap diari s'hi troben àudios amb entrevistes o declaracions, fragments de la ràdio o de la televisió, quan es poden captar o enllaçar a través de la mateixa Xarxa, sense perdre l'autoria de la font.

En temes de salut els lectors s'interessen pels casos, les vivències dels afectats o les declaracions personals dels experts de forma directa, ja que són fonts que donen credibilitat, tant necessària en temes que sovint presenten controvèrsies i confusions. Les veus, les imatges, les infografies i els audiovisuals són molt aclaridors i poden evitar interpretacions incorrectes. En moltes notícies que parlen de temes lligats a la salut o la malaltia que de vegades o són molt científiques o una mica caòtiques si només s'utilitza el text escrit, els elements multimèdia poden ajudar a que la imaginació s'acosti més a la realitat.

Com es pot observar als diaris digitals encara els costa integrar als textos els elements multimèdia i no sempre complementen o porten més informació. La tendència és continuar posant elements il·lustratius més que informatius.

Interactivitat

Una de les característiques que més diferencien els mitjans digitals és el fet de permetre la interactivitat amb l'emissor i altres lectors amb la possibilitat de prendre part activa en una comunicació multidireccional. És una font de retroalimentació dels mitjans digitals i que és útil a l'hora d'actualitzar les notícies, fins i tot crear-ne de noves, amb la seva col·laboració.

Els elements participatius de *El Periódico* i *l'Avui* formen part de l'estructura de la pàgina, totes les notícies es poden imprimir, enviar i votar, però no es pot fer cap comentari a la notícia. En LaMalla.net a més es poden fer comentaris al final de cada notícia i enviar correus electrònics a la redacció de LaMalla.net. Altres elements participatius (xats, enquestes) no es troben a la pàgina de la notícia sinó com opcions en la barra del menú o en la pàgina principal.



Elements interactius en LaMalla.net

Segons els resultats s'observa que els mitjans tradicionals tampoc utilitzen la possibilitat interactiva, per tant obvien un potencial de la xarxa i de la comunicació digital. Continuen amb el mateix esquema unidireccional de la comunicació, només LaMalla.net ha fet un canvi oferint la possibilitat d'opinar.

Les notícies que tracten temes de salut, com s'ha comentat anteriorment, no acostumen a portar declaracions ni entrevistes d'afectats o experts. La interactivitat dóna la possibilitat d'opinar, de complementar les notícies i de parlar els experts i els afectats com s'ha trobat en alguna notícia de LaMalla.net⁴⁰.

Per fer un breu resum dels resultats obtinguts pel que fa referència a l'ús dels elements característics dels mitjans digitals, és pot dir que la hipertextualitat, la multimedialitat i la interactivitat estan poc explotades i en ocasions utilitzades de forma incorrecta, de forma que no ajuden massa al lector a ampliar i aprofundir en les notícies. LaMalla.net potencia la narrativa hipertextual i per això utilitza de manera sistemàtica els enllaços, fet que no ocorre en els altres mitjans estudiats. També intenta potenciar els recursos multimèdia i de forma sistemàtica inclou una o més fotos i vídeos, i és l'únic mitjà estudiat que inclou un recurs interactiu en cada notícia. De moment, però, els mitjans digitals estudiats no incorporen del tot característiques diferencials als dels mitjans tradicionals

4.2.4 Tipus de notícies

Pel fet que les notícies poden presentar variacions en el seu format es considera oportú establir unes tipologies. Les notícies en línia es poden classificar en tres categories segons l'extensió de la informació, així es pot trobar la notícia flaix, la notícia estricta i la notícia multimèdia (Franquet, 2006:89). En la notícia estricta, però, s'ha cregut oportú diferenciar dues subcategories, aquelles notícies que guarden el format del paper, tradicionals, i les que tenen un format hipertextual.

La **notícia flaix** consta només de subtítol o entradeta i un o dos paràgrafs.

La **notícia estricta** consta de més de dos paràgrafs i fins un màxim de 7. A partir de vuit s'ha considerat en aquest treball un reportatge (o si ho fan els mateixos mitjans). Si només hi ha alguna imatge però sense enllaços serà una **notícia estricta tradicional**. I si presenta a més enllaços tant interns com externs, serà **notícia estricta hipertextual**.

⁴⁰ En LaMalla.net es va trobar comentaris d'afectats de Lipoatròfia Semicircular en una notícia que parlava de casos que s'havien donat d'aquesta afectació.



Notícia tipus flaix (Avui, 31 de març de 2007)

En el cas que els enllaços siguin a paraules clau, no es consideren perquè els enllaços de les paraules no tenen perquè estar relacionades amb el contingut o tema de la notícia, i per tant no amplien la informació, la majoria de les vegades, com s'ha comprovat en l'observació⁴¹. La **notícia multimèdia** té característiques similars a la notícia estricta però que a més disposa de recursos multimèdia (àudio, vídeo, gràfics animats, etc).

Segons els resultats obtinguts en l'anàlisi del corpus, es pot dir que en tots els diaris estudiats predominen les notícies estrictes. D'hipertextuals i de multimèdia on més es troben és a LaMalla.net. En algunes ocasions apareixen notícies flaix, essent a l'Avui i a LaMalla.net (25%) on es troben amb més freqüència.

Aquestes característiques estructurals orienten cap el tipus d'aprofundiment que es fa de les notícies. Si s'utilitza la classificació proposada per Rubio Lacoba (2007:122)⁴², les notícies que conformen el corpus estudiat presenten la majoria de vegades només la capa amb la informació principal, és a dir, un nivell bàsic d'informació amb alguna imatge.

⁴¹ Aquest fet d'incorporar paraules clau a la notícia només passa amb el diari Avui que es van afegir en una de les remodelacions de la versió PDF, després d'haver fet el buidatge de la mostra del treball.

⁴² Veure marc teòric

LaMalla.net és el diari, les notícies del qual més s'acosten a un primer nivell d'aprofundiment, perquè presenta una capa amb documentació relacionada amb la notícia principal, mitjançant enllaços vinculats a les organitzacions, institucions o documents que apareixen en la notícia. També és aquest diari on més elements multimèdia es poden trobar que complementen la informació, i elements bàsics de participació.

El Periódico només presenta enllaços amb altres notícies relacionades del mateix diari, cosa que no es pot considerar un aprofundiment segons Rubio Lacoba. Els elements multimèdia presents en molt poques de les notícies de vegades complementen la informació però la majoria només la il·lustren. Les notícies de *El Periódico*, segons els resultats de l'anàlisi, es podria afirmar que ofereixen un format i estructura similar a les notícies de la versió en paper, tradicionals, no s'inclouen elements hipertextuals, ni participatius ni multimèdia. És un format adaptat al suport digital amb un nivell superficial o bàsic d'informació, amb un intent insuficient d'aprofundir la documentació.

El diari l'*Avui*, per les seves característiques d'edició, en el que es bolquen els continguts del diari imprès, lògicament no presenta cap dels recursos propis de la comunicació en xarxa, en el moment de l'estudi.

The screenshot shows the website of *elPeriodico.cat* with the 'SOCIETAT' section selected. The main article is titled 'Els experts vinculen el fracàs escolar i el consum de drogues' (Experts link school failure and drug consumption). It includes a sub-header 'ELS EFECTES DELS TÒXICS EN L'APRENTENTATGE' and a list of bullet points: 'Molts dels alumnes que no acaben l'ESO prenen cocaïna o cànnabis, segons els especialistes' and 'Diputats i senadors volen una llei que penalitzi la possessió d'aquestes substàncies als col·legis'. The article features a photo of a person in a colorful costume and a caption 'Campesina sobre el consum de drogues en una escola. Foto: CESAR RANGEL'. Below the main text, there is a section titled 'CERVELLS IMMATJURS' (Immature Brains) discussing the impact of drugs on young people. On the right side of the page, there are other news snippets, including one about 'PARSHIP.es' and another about 'COSES de la VIDA'.

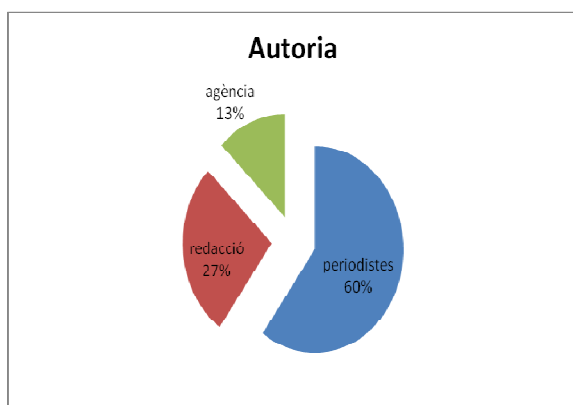
A la dreta una notícia de El Periódico a la versió en paper
A l'esquerra la mateixa bolcada a en la versió digital

Per tant, es pot dir que el diari que més s'acosta a les característiques que s'haurien de complir en periodisme digital, és LaMalla.net. Tot i que s'estan fent transformacions per utilitzar les característiques dels mitjans digitals, encara els queda camí per recórrer en aquest aspecte. Els redactors han de ser conscients d'aquests possibilitats i utilitzar-les de forma coherent i raonable. Organitzar les dades i els recursos prèviament, i estructurar la informació per capes d'aprofundiment, com recomanen alguns autors (Lacoba 2007, Micó, 2006), amb enllaços que guïin la lliure navegació però també de forma fàcil.

4.3 Qui escriu, qui parla, des d'on

4.3.1 Els autors

En les notícies s'hi constata qui ha redactat la notícia o d'on prové la redacció, l'autoria. Les notícies analitzades són signades per un autor, per la redacció o provenen d'una agència de notícies⁴³. Aquesta variable, que ens ajuda a interpretar la qualitat d'una notícia, està lligada a la veracitat, a l'amplitud i a la claredat de la informació. La informació sanitària l'haurien de generar persones que coneguin en profunditat els fets produïts o les situacions.



Una notícia publicada amb el mateix format que surt d'una agència de notícies aporta menys valor afegit ja que és informació que reben tots els mitjans. En aquests casos, com que no hi ha hagut un contacte directe del mitjà digital amb la font originària no s'evidencia si la notícia ha estat suficientment contrastada ni si és o no interessada.

Figura 4.3a Autoria dels textos

Com que les notícies d'agències solen ser anònimes tampoc se sap sempre si el periodista-redactor està versat en temes de salut o si ha treballat amb prou diligència.

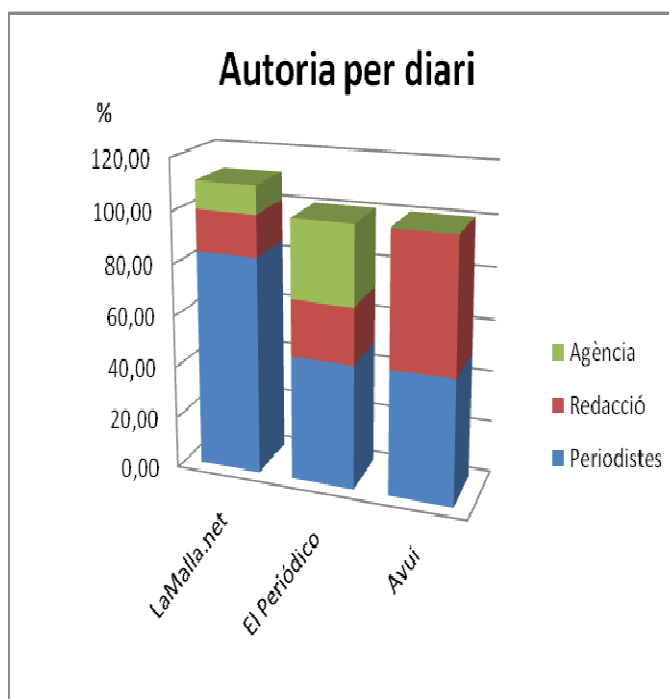
⁴³ Només es poden considerar autors explicitats en la notícia

Els criteris que té el mitjà per designar l'autoria poden no ser els mateixos que els considerats en l'estudi

En les notícies signades amb el terme *redacció* tampoc queda clar qui pot haver redactat la notícia, si un periodista expert o experimentat en temes de salut o no; si pot ser més o menys esbiaixada segons els interessos del grup editor, o per les preferències temàtiques d'uns o altres diaris.

Figura 4.3b Autoria dels textos per diari

Els periodistes que signen les notícies sobre salut acostumen a ser els responsables d'aquesta àrea temàtica o subsecció i, per tant, se'ls suposa professionals que estan més especialitzats en temes que tracten sobre la salut. Periodistes que han contrastat les fonts, que han ampliat la informació i que són capaços de fer comprensibles les terminologies científiques massa específiques pel lector general. Així, se suposa que redacten les notícies més completes i aclaridores.



En els textos analitzats, com es pot veure en la *figura 4.3a*, en més de la meitat consta com a redactor un periodista, un 27% són de *redacció* i la resta són signades per *agència*.

Segons es reflecteix en el corpus estudiat, les agències que bàsicament nodreixen el material informatiu dels diaris digitals són EFE i Europa Press.⁴⁴

El Periódico té un equip de periodistes a la redacció central de Barcelona i corresponsals en diverses delegacions espanyoles i estrangeres, de forma que amb la lectura no s'evidencia que hi hagi un periodista especialitzat que redacti les notícies sobre salut en aquest diari.

En els textos analitzats gairebé la meitat de les notícies (48%) de *El Periódico* estan signades per un periodista, la resta són de redacció (21,7%) o d'agència (30,4%).

⁴⁴ Cal assenyalar que en alguns casos els mitjans digitals signen les notícies amb el terme genèric agència sense especificar a quina fan referència.

Els periodistes d'*El Periódico* estan a la mateixa redacció, així que els redactors del diari en línia tenen accés a la informació de totes les agències del diari (EFE, Europa Press, France Press i Reuters) i a tots els arxius de material audiovisual (Franquet, 2006).

En cap de les notícies de *l'Avui* no hi consta que s'hagi obtingut d'una agència de notícies, tot i que en la realitat no és així, segons altres fonts (observació, altres estudis). Això i el fet de presentar moltes notícies signades per la redacció fa pensar, que l'autoria *agència* queda inclosa en la de *redacció*.

En *l'Avui* la meitat de les notícies són de redacció i l'altra meitat d'una periodista - quasi exclusivament signades per la Marta Ciércoles - , redactora de la secció de societat des d'abans de l'existència de la versió digital, i que escriu també les notícies sobre salut de l'edició en paper (observació personal, qüestionari redactors).

La majoria de notícies de LaMalla.net són d'autor (84%) predominantment la mateixa periodista, Rocío Ros. I la resta signades per redacció o agència. En aquest diari no hi ha versió en paper així que les notícies estan redactades específicament pel diari digital, i la periodista sembla ser la responsable de la secció salut.

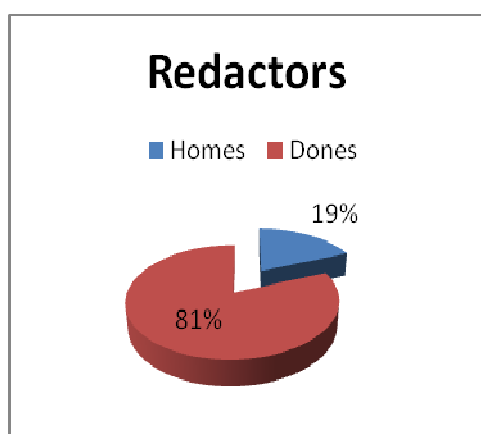


Figura 4.3c Gènere de l'autoria

Si es relacionen les dades es pot arribar a dir que les notícies dels diaris digitals que se signen amb el terme *redacció*, són notícies redactades per l'edició del diari en paper, i predominen en els diaris digitals que tenen una edició en aquest format: *El Periódico* i *l'Avui*.

En LaMalla.net i *l'Avui* diaris hi ha unes periodistes habituals en redactar les notícies sobre salut, la qual cosa els aporta un coneixement de l'àrea.

En tots els diaris predominen les dones (81%) com autores dels textos en salut per damunt dels homes. En *El Periódico* 63,6% són dones i un 32% homes; a LaMalla.net el 93% són dones i la resta homes, i en *l'Avui* les dones autores representen un 75% de les notícies d'autor.

Segons les dades obtingudes a partir de les notícies, pràcticament es comparteix un periodisme digital d'autor amb el de *redacció* i *agència*. Aquest fet no garanteix del tot que les notícies de salut siguin redactades per periodistes especialitzats o si més no coneixedors d'aquesta àrea.

Quan es tracta de notícies sobre salut són aquelles notícies que poden provocar, per la seva superficialitat o pel seu llenguatge, múltiples interpretacions que de vegades són errònies, amb les conseqüències que això pot comportar. Aquest és, com s'ha comentat anteriorment (Boixareu, 2003; Revuelta, 1999; Pérez Oliva, 1999), un dels problemes que es planteja en la comunicació sobre salut. Una altra de les qüestions preocupants és el fet de que la publicació o no d'una notícia i la seva construcció respongui a les preferències dels editors i no a l'interès social, fet que es pot donar amb les notícies anomenades de *redacció*.

Amb l'anàlisi es pot observar que hi ha un predomini de les dones redactores que signen les notícies sobre salut. Això fa pensar que en comunicació també es compleix el tòpic⁴⁵ sociològic i antropològic, bastament estudiat i corroborat, que relaciona, estretament la dona amb els temes de salut (Cabrè, 2001; Green, 2001⁴⁶; Esteban, 1996; Gracia, 1996⁴⁷).

També es pot apreciar que encara no hi ha redaccions exclusives pel format digital, en els casos que el grup edita les notícies en altres formats, com s'ha observat en estudis previs (Franquet, 2006; Scolari, 2007). Però en canvi, es tendeix a la redacció de la notícia per part de la redacció del diari que a la còpia directe tal i com arriba de l'agència, evitant la superficialitat i la possibilitat de múltiples interpretacions. Fet que diu en pro de la millora de la qualitat periodística i de la millora en la documentació sobre temes de salut que poden evitar interpretacions esbiaixades (fins i tot alarmistes) i complir amb el *principi de responsabilitat informativa*⁴⁸ en temes de salut.

4.3.2 Les fonts d'informació

Fan referència a les veus que parlen i que informen els periodistes. Institucions, organitzacions, persones o documents citats en el text que aporten les dades dels esdeveniments o situacions per elaborar la notícia. Per homogeneïtzar els resultats s'han agrupat en: fonts administratives, si es refereixen a fonts oficials de l'administració pública (ministeri, conselleria, etc...); organitzacions i institucions tant siguin públiques com privades (centres hospitalaris, organitzacions internacionals...); experts si les dades procedeixen de persones especialistes en el tema que es tracta; afectats; universitats i altres mitjans de comunicació. Les categories d'aquestes variables no són excloents ja que sovint s'utilitzen més d'una font principal.

⁴⁵ Segons aquest tòpic la dona s'ocupa tradicionalment de la cura dels altres (alimentació i salut de la família); la cura personal (més pressió social relacionada amb l'estètica que sovint es relaciona amb salut) i que això influeix en la distribució de professions per gènere (mestres, infermeres, dietistes...) entre altres.

⁴⁶ "En busca de una auténtica medicina de mujeres: los extraños destinos de Trota de Saler". Monica Green a Cabré (2001).

⁴⁷ Citada a Guidonet (2006).

⁴⁸ Consideracions ètiques entorn de la informació sanitària. Comitè de Bioètica de Catalunya.

Les fonts citades o referenciades en les notícies sovint són fonts de l'administració pública sanitària (37,27%). Les més citades són específicament el Departament de Salut de la Generalitat de Catalunya, el Ministeri de Sanitat i Consum, l' Institut Català de la Salut i la Conselleria de Sanitat.

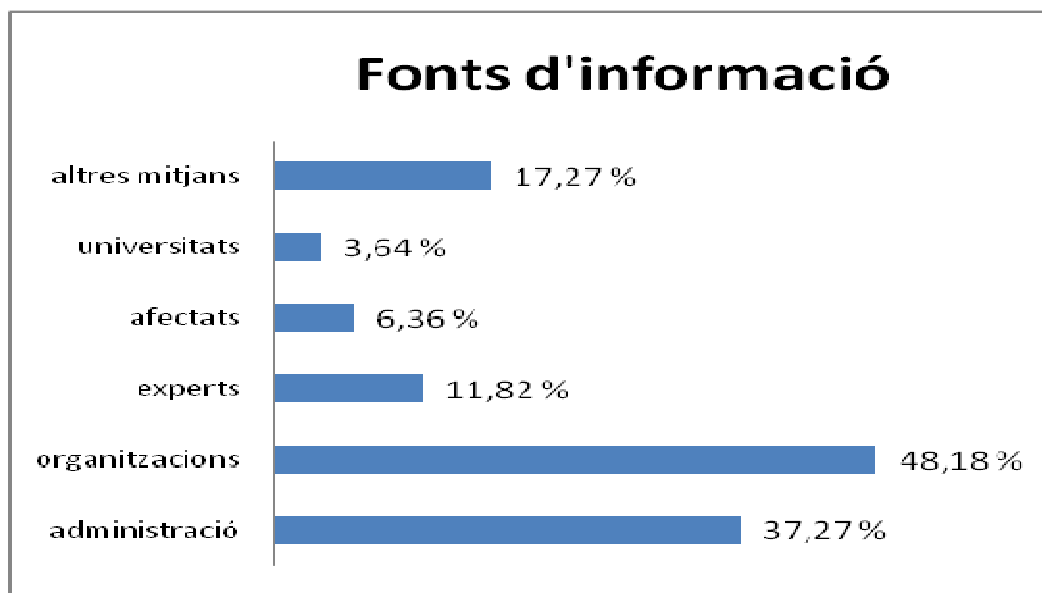


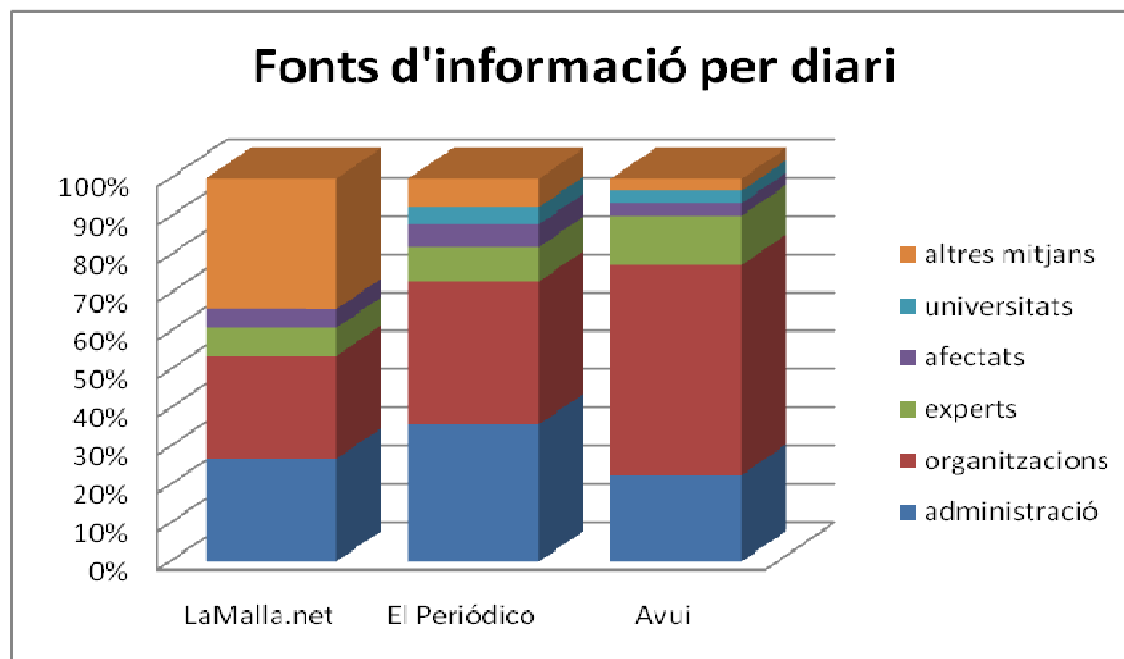
Figura 4.3d Fonts d'informació periodística

Les altres fonts més utilitzades són les organitzacions i institucions siguin públiques o privades (48,18%). Cal tenir en compte però, que aquesta variable agrupa un gran nombre de fonts específiques diverses. Les institucions que més informacions generen són els hospitals que parlen, la majoria de vegades, a través de metges experts en el tema que es tracta, més que no pas els directius.

Pel que fa a organitzacions és poden classificar en: societats o associacions catalanes i espanyoles d'especialitats sanitàries (de fertilitat, de bioètica, d'al·lèrgologia, neonatologia, cirurgia plàstica...); col·legis professionals (metges, farmacèutics), i associacions ciutadanes (consumidors, Front d'Alliberament Gai de Catalunya, dret a morir dignament, contra el càncer...).

En poques ocasions s'obtenen dades de persones expertes (metges, científics) i menys de les àrees especialitzades de les universitats, i tampoc es compta amb l'aportació del testimoni dels afectats. Algunes dades són obtingudes d'altres mitjans de comunicació (7,4%).

Figura 4.3e Fonts d'informació per diari



Si s'analitzen les dades per diari (*figura 4.3e*) es pot observar com LaMalla.net és el diari que utilitza més (35%) altres mitjans com a font. No és d'estranyar si s'especifica que el mitjà més utilitzat és la Xarxa de Televisió Local, amb la que comparteix espais de redacció. I no ha utilitzat en cap notícia de salut de la mostra els experts de les universitats, tot i ser un recurs molt proper.

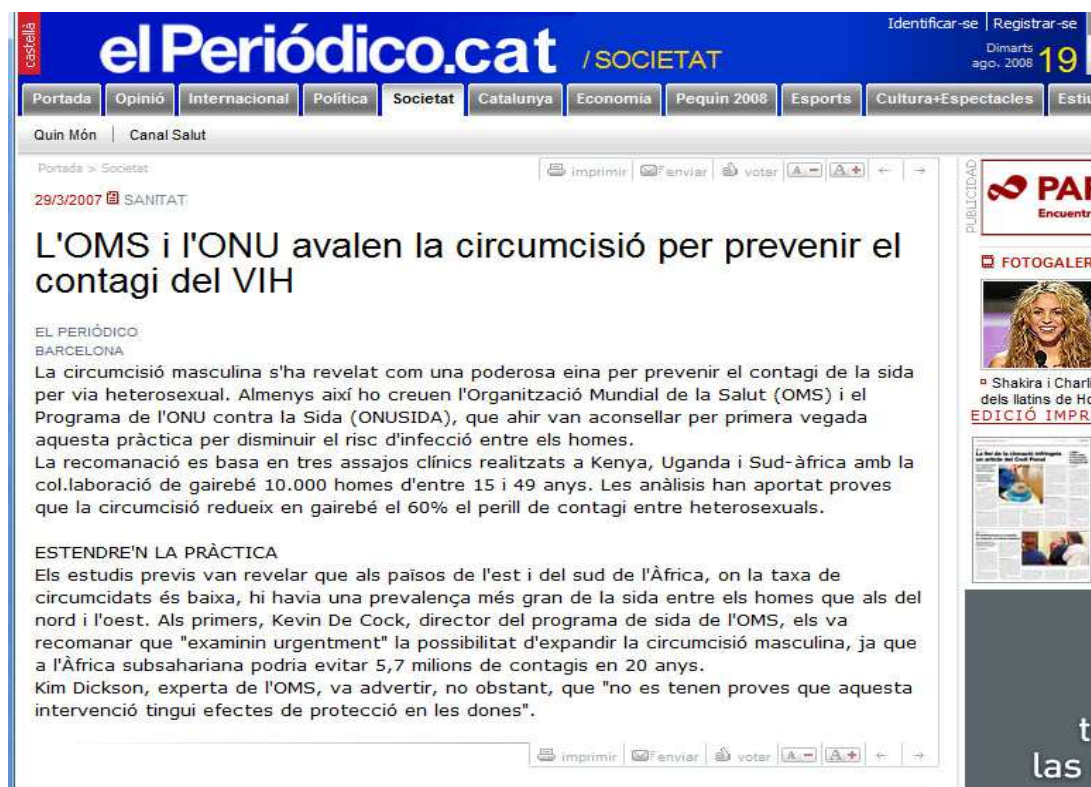
En *El Periódico* i en l'*Avui*, com ja s'ha comentat les fonts més utilitzades són les institucionals. Cal destacar que l'*Avui* és el que més fonts d'*experts* cita en els seus textos analitzats.

Els diaris recorren a poca varietat de fonts, i acostumen a ser les mateixes, agències o fonts oficials, citant o no representants d'aquestes.

Els experts la majoria de vegades, representen la institució, difícilment són fonts alienes que contrasten o contravenen la informació. La veu dels afectats directament és pràcticament inexistent. Només es busquen altres fonts i testimonis quan la notícia crea debat social i cal mantenir la notícia en l'agenda dels mitjans (com és el "cas Echevarría").

La informació que publiquen els diaris digitals tendeix a ser "oficialista", a partir de dades proporcionades per institucions.

Els continguts informatius es basen en els comunicats de l'administració, de les organitzacions i institucions públiques com a fonts autoritzades i fiables, sense qüestionar la credibilitat i sense contrastar amb altres fonts controvertides o testimonis que aportin altres versions, o punts de vista no contemplats per la versió oficial. Aquest fet podria ser degut a que en les redaccions dels diaris digitals es tendeix més a utilitzar fonts d'agències que cobrir directament els actes, rodes de premsa o els fets in situ, sortint al carrer o cercar altres fonts utilitzant Internet i correu electrònic.



Notícia del diari *El Periódico* on les úniques fonts utilitzades són oficials.

Un altre dèficit important és la manca de testimonis de persones que pateixen el cas directament o l'esdeveniment, quan per altra banda, un l'estudi de les universitats de *Northumbria* i *Sheffield*, al Regne Unit, manifesta que "els usuaris d'Internet prefereixen les pàgines amb contingut humà i que expliquin casos reals" (Briggs, 2007).

Per definició un bon periodisme és el que contrasta les informacions, preserva el rigor científic i ofereix diversos punts de vista perquè el lector tingui més elements per construir l'esdeveniment més proper a la realitat i a la veracitat.

Aquesta és una de les premisses que no es compleixen en els textos analitzats en els que no hi ha presència de postures o opinions divergents, ni tant sols complementàries dels experts o de diferents institucions o organitzacions, quan molts dels textos ho podrien requerir.

Se sap que en temes de salut sovint hi ha diferents posicionaments si se'n parla des de les àrees que hi convergeixen (legislació, ètica, ciència, empresa...), i no sempre s'ofereix al lector les diferents versions com s'hauria de fer per complir amb el *principi d'equitat informativa*.

La hegemonia de les fonts més "oficialistes" també va en detriment d'altres que poden ser igualment acceptables: per exemple, medicina "occidental" *versus* medicines alternatives o complementàries, aparició o no de veus de vegetarians o altres tendències, tractaments no comercials, predomini de notícies sobre aquelles malalties més prevalents que sobre les que pateix poca gent, o sobre malalties més dramàtiques que sobre les cròniques o que passen desapercibudes, etc.

Aspectes que pel fet de no estar contemplats en la política de sanitat pública d'aquest país (però que si ho pot ser-ho en altres) sembla que no siguin acceptables i s'hagi de dubtar de la seva credibilitat. I que quan apareixen com a fonts és perquè hi ha algun conflicte relacionat amb aquests "altres" posicionaments.

En el periodisme digital, aquestes mancances de fonts d'informació directes i de fonts que contrastin o divergeixen, podrien ser perfectament suplertes per la cerca de fonts documentals fiables i acreditades a la xarxa, contactant amb experts, fins i tot amb afectats. Així es donaria un ventall més ampli per la interpretació del missatge segons la capacitat crítica del lector, no pas segons la versió interessada (o perversa) de l'emissor.

4.3.3 L'origen

L'origen de la notícia fa referència al nivell geogràfic de procedència de l'esdeveniment, fet o situació que provoca la notícia. Així es classifiquen en notícies que s'originen a Catalunya, generades a nivell nacional (quan són notícies originades des d'organismes, institucions o persones amb repercussió a nivell estatal o quan provenen d'altres comunitats autònomes) i finalment, les que es refereixen a fets originats a nivell internacional (fora d'Espanya).

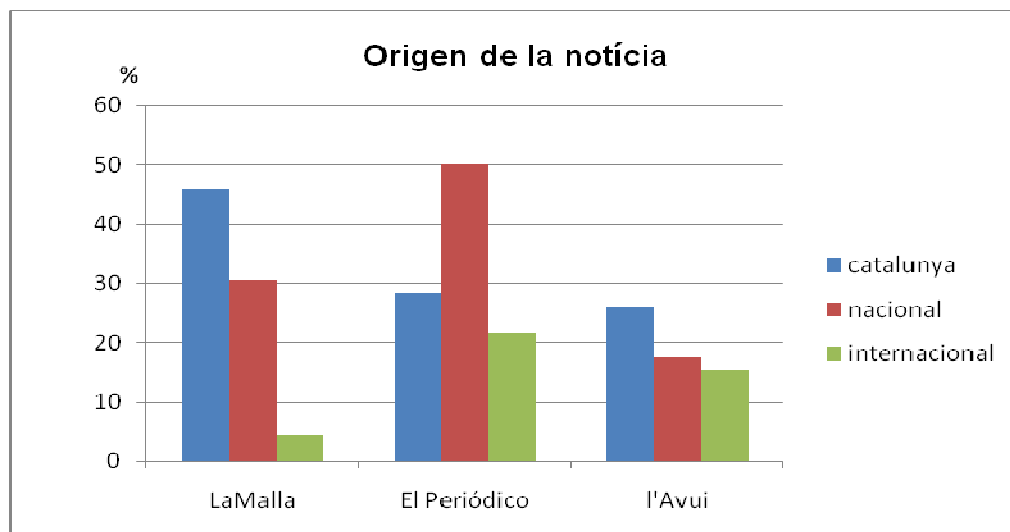


Figura 4.3f. Origen geogràfic de les notícies

L'origen de la notícia a nivell geogràfic varia la freqüència en els diaris. Mentre a LaMalla.net predominen les notícies d'influència a Catalunya, a *El Periódico* ho fan les d'àmbit estatal i més repartides les de *l'Avui*, com es pot veure en la figura 4.3f. Els resultats són coherents amb l'impacte geogràfic dels diaris i el seu abast quant al públic.

Cal recordar que la mateixa redacció de *El Periódico de Catalunya* produeix les notícies per les edicions en paper i la digital, que edita en dues versions lingüístiques fet que implica la traducció de les notícies del castellà al català i que té corresponsals distribuïts per la geografia espanyola i estrangera (com s'ha comentat anteriorment), a diferència dels altres diaris analitzats. Per això sembla lògic que a *El Periódico de Catalunya* predominin les notícies que fan referència a altres comunitats autònomes i en tracti més d'internacionals.

Aquestes diferències ens poden orientar a la interpretació de què en periodisme digital es continua amb la idea de "proximitat" de la notícia al lector dels mitjans tradicionals. Quan per definició de les característiques es sap que aquest concepte de "proximitat" perd el significat geogràfic. Les notícies emeses per Internet poden ser llegides per qualsevol persona a qualsevol lloc del món (que tingui connexió), i que en aquest cas només cal que entengui la llengua catalana (que no implica el coneixement de Catalunya ni de les altres CCAA). No es pot saber (a partir d'aquest treball) si els lectors digitals continuen interessant-se per les notícies pel fet de ser més properes geogràficament com en la premsa tradicional, o el que li interessa precisament és l'accessibilitat a notícies d'altres llocs menys pròxims (seria el tema d'una altra recerca).

4.4 De què es parla. Agenda temàtica

Els temes sobre salut apareixen gairebé diàriament en tots els diaris analitzats, però la quantitat i la freqüència de temes varia segons els diaris i, com és lògic, segons els esdeveniments. També és diferent la cobertura que dona cada diari a un mateix esdeveniment i el seguiment d'aquest. També varia la forma de presentar-los de cada diari, la cobertura i el seguiment que en fan cadascun d'ells.

4.4.1 Tractament

Les notícies seran d'**actualitat** si tenen relació amb un succés ocorregut en un període de temps pròxim a la publicació. Seran textos **divulgatius** si no guarden aquesta relació. S'especifiquen els textos que informen d'investigacions o d'estudis de recerca en algun àmbit de la salut, tan siguin d'actualitat com divulgatius. No s'inclouen ni reportatges, ni entrevistes, ni opinió.

Les notícies del total de la mostra analitzada del mes de març del 2007, fan referència a esdeveniments d'actualitat (53%) en més de la meitat i la resta estan repartides en notícies de divulgació d'algun tema de salut o en notícies que reproduïxen dades d'estudis científics. Es pot destacar que en LaMalla.net es publiquen més notícies de divulgació general que d'estudis.

4.4.2 Tòpics o tema informatiu

Una de les categories que cal definir en especial, per referir-se al contingut, són els temes o ítems d'interès periodístic que conformen l'agenda temàtica dels mitjans de comunicació i que han generat les notícies del corpus. Per a un millor maneig dels textos i per una homogeneïtzació temàtica s'han agrupat en 13 tòpics o temes: Agents causals, Alimentació, Addiccions, Cirurgia estètica, Eutanàsia, Fàrmacs, Lipoatròfia Semicircular, Malalties, Professionals sanitaris, Reproducció i neonatologia, Tècniques, Usuaris, Vacunes, Altres.

El següent llistat de tòpics temàtics que es defineixen, s'ha elaborat a partir del temes principals que van generar les notícies durant el mes de registre:

Agents causals : Notícies que presenten com a tema principal les causes de problemes de salut i morts: microorganismes (bacteris, virus, fongs) o factors ambientals (electricitat). Sigui pel seu descobriment, estudis científics relacionats, casos que han produït.

Addiccions: notícies que tenen com a tema principal substàncies addictives l'alcohol, tabac, i altres addiccions com el joc i el mòbil. Siguin notícies d'estudis científics relacionats com la seva relació amb alteracions de la salut.

Alimentació: productes alimentaris, additius, dieta.

Cirurgia estètica: són notícies generades bàsicament per un programa de televisió en què fomentava la cirurgia estètica i el debat sobre aquest tipus de cirurgia.

Eutanàsia: els textos sobre eutanàsia són generats per una única notícia, "el cas Echevarría"⁴⁹.

Fàrmacs: efectes, estudis, preus, ús.

Lipoatròfia Semicircular⁵⁰: recull els textos generats a partir dels casos detectats a les oficines d'empreses com Gas Natural, La Caixa, Torre Agbar, etc. malaltia causada per l'entorn laboral i que es detecta en oficines

Malalties: conjunt de malalties de les que s'expliquen casos, estudis científics, causes i que cadascuna no generen suficients textos com per formar un tòpic (SIDA, obesitat, Tuberculosis...).

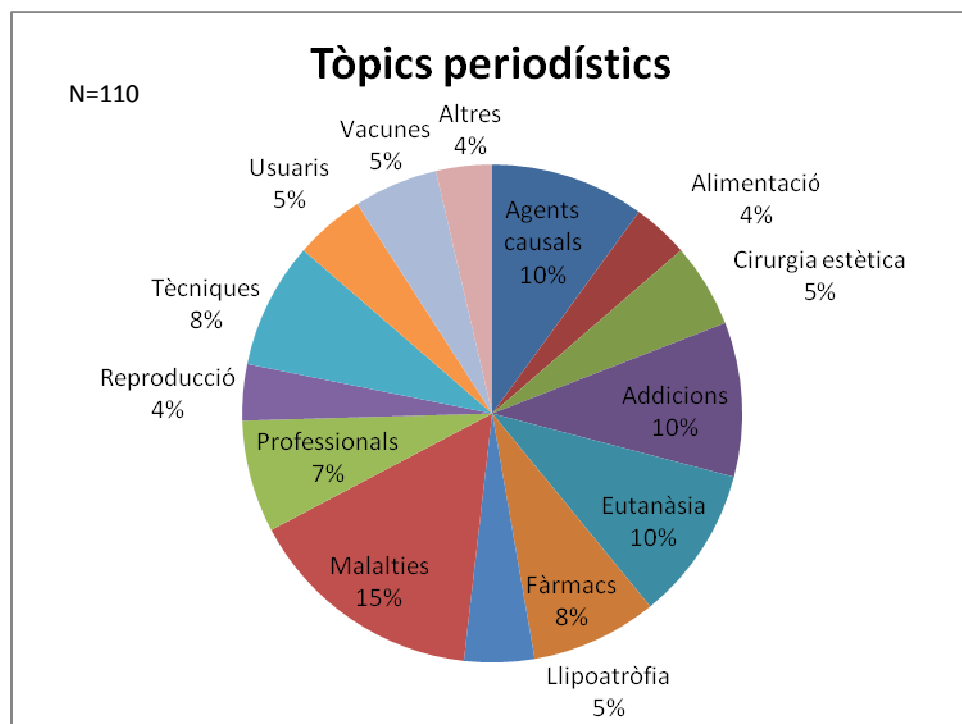


Figura 4.4a Tòpics periodístics de les notícies sobre salut

⁴⁹ Dóna afectada per distròfia muscular que demana desconexió del respirador que la manté amb vida.

⁵⁰ Alteració del teixit subcutani per causes de l'ambient laboral com l'electricitat estàtica, la humitat i altres.

Professionals sanitaris: aquest tòpic recull tots els textos que exposen temes sobre els professionals sanitaris. Augment de places, regulacions professionals, etc.

Reproducció i neonatologia: informacions sobre nous procediments de fertilització, estudia al respecte i les informacions referents als nadons.

Tècniques/procediments/programes: agrupa aquelles notícies que es refereixen a noves tècniques o protocols pel diagnòstic, el tractament o les cures pal·liatives
Usuaris: nous serveis i documents sanitaris que repercuteixen en els usuaris dels serveis sanitaris.

Vacunes: descobriments, assajos i aplicació.

Altres: textos diversos que no es poden agrupar en les categories anteriors.

Com es pot observar en la *taula 4* els temes que més textos van generar durant el mes de març de 2007 són les *malalties* en conjunt (15% del total de textos analitzats), diferents *agents causals* de problemes de salut, les *addiccions* i substàncies addictives, i l'*eutanàsia* amb un 10% cadascun dels temes, com es pot veure a la *figura 4.4a*. La resta generen alguns textos menys. Cal tenir en compte però, que els tres primers tòpics (*malalties*, *agents causals* i *addiccions*) són agrupacions de varies notícies sobre diferents informacions, no es refereixen a la mateixa notícia amb continuïtat. En canvi, el tòpic de l'eutanàsia, la Lipoatrofia semicircular i la cirurgia estètica, són textos generats per un mateix esdeveniment, seguit en diferents dies i diaris.

Tòpics	LaMalla	Periódico	Avui	Nºtextos
Agents causals	2	6	3	11
Addiccions	4	3	4	11
Alimentació	0	2	2	4
Cirurgia estètica	0	3	3	6
Eutanàsia	1	6	4	11
Fàrmacs	5	3	1	9
Lipoatrofia Semicircular	2	2	1	5
Malalties	6	6	5	17
Professionals	3	3	2	8
Reproducció/	1	1	2	4
Tècniques	4	2	3	9
Usuaris	3	1	1	5
Vacunes	2	2	2	6
Altres	2	1	1	4
Totals	35	41	34	110

Taula 4 Tòpics periodístics per diari

En aquests casos es pot observar en la *taula 4* que es fa un seguiment diferent en cada diari. El tema de l'eutanàsia apareix amb més freqüència en l'agenda de *El Periódico* (6 textos) i de *l'Avui* (4 textos). LaMalla.net només treu la notícia però no en fa cap seguiment i tampoc en la seva agenda del mes de març apareix el tema de cirurgia estètica. En tots els diaris apareix en l'agenda el tema de la Lipoatròfia amb una freqüència similar.

Els diaris van donar cobertura important a tots els esdeveniments en què la informació es referia a la “malaltia” en la seva forma aguda o crònica (malalties degeneratives i addiccions): les seves causes, casos concrets, brots epidèmics, estudis, millores en els tractaments o en els mètodes diagnòstics, etc. No apareixen tants textos, en canvi, sobre mesures de prevenció (només vacunació, que no deixa de ser un tractament), estils de vida saludables (com és l'alimentació, l'exercici o altres).

Dins el tòpic d'*agents causals* cal destacar el predomini de textos (5 notícies) sobre un esdeveniment que va impactar socialment: el fet que el bacteri *Klebsiella pneumoniae* fos el causant de la mort de tres nadons prematurs a l'“*Hospital Doce de Octubre*” de Madrid. En aquest cas el diari que va fer el seguiment de la notícia fou *El Periódico*.

Cal tenir en compte que al ser la mostra petita, les notícies que generen més textos pel seu impacte fan esbiaixar cap un o altre tema que pot emmascarar la tendència temàtica del diari. Però per altra banda, fa ressaltar com influeix en els mitjans l'impacte social de determinades notícies, que en el treball s'anomenen “les notícies del mes” i de les que es descriurà la construcció en més detall.

Segons l'anàlisi temàtica es pot observar que els temes de l'agenda mediàtica venen donats pels esdeveniments i la disponibilitat d'informació sobre temes de salut. Els temes que presenten més interès mediàtic, i per tant que produeixen més textos informatius, són els que provoquen més debat o controvèrsia social.

En la producció de notícies sobre salut és important saber quins tòpics freqüenten l'agenda mediàtica, però també ho és quin tractament se li dona a les notícies, a quins enfocaments tendeixen els diaris segons el camp temàtic preferent.

4.4.3 Camps temàtics

Els camps temàtics o àmbits del contingut fan referència a les àrees o disciplines relacionades amb la salut des de les quals es tracten o enfoquen els tòpics. Aquests vénen donats, per una banda, a partir del model dels determinants de la salut⁵¹ (biologia humana, entorn, estil de vida i serveis sanitaris) i per altra banda de les àrees de suport a la Salut Pública (legislació, ètica, epidemiologia, coneixement científic i els mitjans de comunicació).

En cadascun dels determinants s'hi consideren:

- *Biologia Humana*: s'inclourien les diferents intervencions que es poden realitzar en el procés salut-malaltia de la persona o biologia humana. Així, les categories que s'estableixen són: Diagnòstic, tractament, mesures preventives
- *Estil de vida o hàbits*: les notícies que parlen sobre promoció de la salut, educació per la salut o informació sanitària sobre hàbits o mesures saludables.
- *Entorn i salut*: aquelles notícies que relacionen factors de l'entorn (físic, laboral, social) amb la salut o la malaltia.
- *Serveis sanitaris*: notícies que tenen a veure amb els recursos materials, personals (professionals sanitaris), recursos econòmics, programes i plans sanitaris.

Pel que es referix a les àrees de suport sanitari es descriuen les categories:

- *Legislació sanitària*: lleis i normes o projectes que regulen la sanitat.
- *Ètica*: es consideren aquelles notícies que plantegen temes ètics, incloses la religió i la moral.
- *Epidemiologia*: es consideren aquelles notícies que parlen sobre estudis de problemes de salut de la població o les seves causes, que parlin de casos específics de malaltia o mort. On les dades més importants són els números.
- *Mitjans de comunicació i salut*: notícies que relacionen la salut amb els mitjans o sistemes de comunicació.
- *Coneixement científic*: textos que fan referència a investigacions, resultats o descobriments que comporten avenços en el camp de la salut i la medicina.

⁵¹ Veure marc teòric

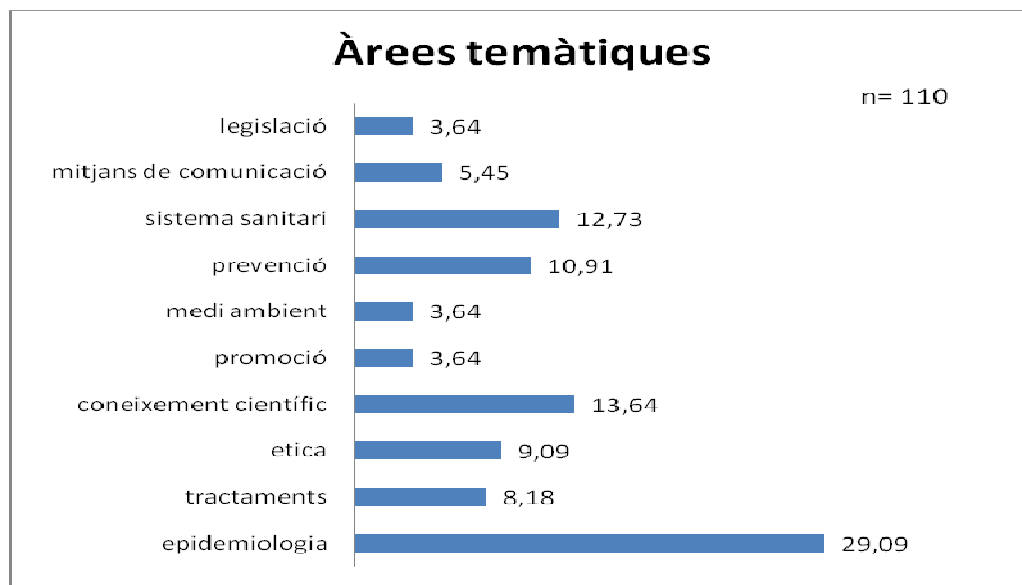


Figura 4.4b Àrees temàtiques

L'àrea de tractament que predomina és el de les informacions basades en dades epidemiològiques o estudis que presenten les administracions (29% del total de textos analitzats). També és un fet noticable quan hi noves aportacions científiques que preveuen millores en el coneixement de les malalties i el seu tractament (13,64%).

Un altra de les àrees que generen més informacions és el *sistema sanitari*, amb notícies sobre reestructuracions dels recursos sanitaris públics, tant si es refereixen a les prestacions sanitàries com als professionals (12,73%). La resta de notícies estan repartides en menys freqüència per les altres àrees temàtiques. Les freqüències no varien gaire si es fa una anàlisi conjunta com es pot observar en la *figura 4.4b*.

És un fet habitual dels diaris i observable en aquest treball, el predomini de les notícies amb molta informació estadística, en forma de quantificacions i mesures. L'epidemiologia és una ciència que aporta informació bàsicament quantitativa sobre la salut i la malaltia de la població, i l'ús d'aquestes dades és una estratègia mediàtica per atreure l'atenció dels lectors. És sabut com poden ser d'escandalosos uns percentatges trets de context en un titular, però quan es tracta de nombres que refereixen a temes de salut pot ser una perversió i un perill si el periodista obvia o elimina les dades considerades "menys" interessants (o que menys interessa ser publicades). Una audiència poc crítica amb la construcció de les notícies i amb la revisió de les dades pot interpretar de forma errònia el missatge, i tenir una visió esbiaixada del tema que es tracta.



Una notícia al diari l'Avui amb un enfocament clarament epidemiològic

Les aportacions de coneixements científics també poden estimular i interessar a l'audiència per implicacions o repercussions més directes i personals. Les expectatives per la millora de la salut i el benestar, o simplement per la curiositat de les innovacions, sempre són ben acollides pels lectors i per això tampoc és d'estranyar la seva freqüent aparició. I encara és més lògic de trobar moltes notícies sobre el sistema sanitari. Són informacions que interessa ser publicades per l'administració, ja que sovint són millores que afavoreixen els usuaris dels serveis sanitaris, és a dir a la població general i que donen "bona imatge" de l'administració pública sanitària.

Segons l'anàlisi de les dades per diari (figura 4.4.c), el 32,6% de les notícies de la mostra de *El Periódico* presenten un tractament de les dades en format epidemiològic, en l'Avui representen un 30% i un 24,3% en LaMalla.net., essent en tots els diaris el tipus de notícia predominant quan es parla de temes de salut. El 19,5% de les notícies de *El Periódico* són aportacions de coneixement científic, en un segon lloc en freqüència d'aquests tipus de tractament de les notícies, mentre que en l'Avui segueixen les notícies que es refereixen a tractaments (18%) i en LaMalla.net a notícies que parlen de recursos del sistema sanitari (21,6%). Les notícies que fan referència a temes d'ètica (exclusivament sobre eutanàsia) es troben en tercer lloc en l'Avui (11%) i en *El Periódico* (13%) i les notícies sobre prevenció en LaMalla.net.(13,5%).

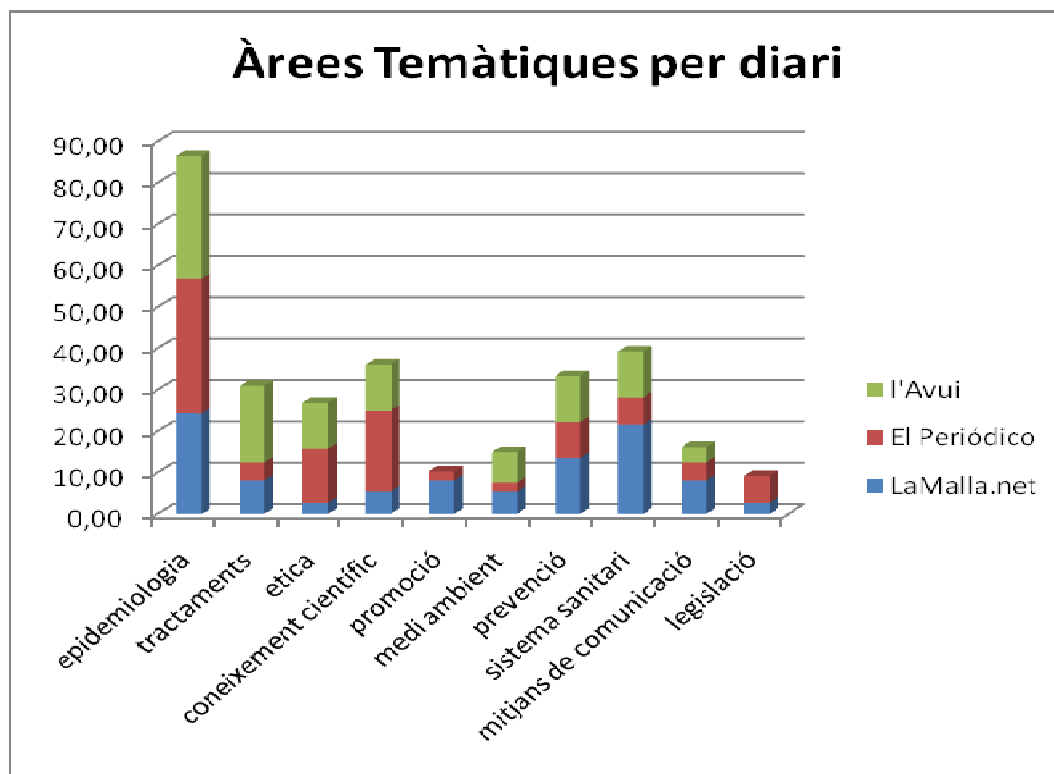


Figura 4.4c Àrees temàtiques per diari

El diari que publica més notícies referents a dades epidemiològiques i investigacions científiques és *El Periódico*, sobre informacions del sistema sanitari públic i sobre prevenció qui més textos en publica és LaMalla.net i *l'Avui* destaca per damunt dels altres en textos sobre tractaments. Interpretar aquests resultats amb una mostra tant petita i sense poder relacionar amb alguna altra variable seria molt objectiu, poc defensable i agosarat per part de la investigació. Es deixa per una recerca posterior, i de moment que el lector del treball en pugui treure les seves pròpies conclusions.

Es pot comprovar amb els resultats, que els àmbits relacionats amb la salut que menys notícies generen són els que es refereixen als determinants de la salut: *promoció d'estils de vida saludables* i *factors del medi ambient*. Segons el model de Determinants de Salut⁵² (acceptat per la OMS i altres organismes internacionals) reconeguts com indicadors del nivell de salut de les poblacions, són precisament els estils de vida i els factors mediambientals els que més influeixen en la salut de les persones, i en canvi el sistema encara dóna molta importància i s'inverteix més recursos en els factors relacionats amb la biologia humana i en els recursos sanitaris, com a exemple de l'existència encara d'un model sanitari molt medicalitzat i poc preventiu.

⁵² Veure marc teòric

Als temes de salut se'ls dona un enfocament esbiaixat cap un punt de vista més administratiu i institucional de la Salut Pública, una concepció de la salut centrada en la malaltia i en les xifres, en detriment d'un enfocament més integral, on hi tinguin cabuda tots els punts de vista possibles. Enfocaments que tinguin a veure també des dels factors mediambientals i estils de vida saludables com es reflecteix en la població (Mercado, 2002).

Aquests resultats divergeixen amb la motivació que cada cop té més gent per conservar i millorar la seva salut, no només recuperar-se de la malaltia, i divergents també a la definició donada per la OMS de salut com aquell "estat de benestar biològic, psicològic i social i no només l'absència de malaltia". L'interès de les persones, de les institucions sanitàries, organismes i sistemes implicats en la salut de la població (com ho són els mitjans de comunicació) hauria d'anar encaminat cap a la salut. Uns demanant, altres investigant, altres oferint els recursos i els mitjans de comunicació, divulgant informació sobre els factors de risc, sobre les mesures preventives i promoció dels hàbits saludables, complint així amb les finalitats de la informació sanitària.

4.5 Com es parla de què. Les notícies que marquen l'agenda del mes

Si admetem que existeix una relació dialèctica entre premsa digital i audiència, les notícies que tenen més sortida són les que interessen més i les que poden generar més debat entre mitjans i opinió pública. Aquest fet pot influir en la construcció de la notícia i adquirir característiques diferents.

En el mes estudiat, les notícies que van prevaldre més temps i van generar més notícies van ser el cas "Echevarría", els casos de Lipoatròfia semicircular a la seu de *Gas Natural* i les crítiques al programa "*Cambio radical*".

4.5.1 Cas Echevarría

El tema específic que va tenir més cobertura durant el mes de març de 2007 va ser l'eutanàsia (11 notícies). Els diaris fan el seguiment de les circumstàncies en que es trobava Inmaculada Echevarría de 51 anys de Granada, afectada de distròfia muscular des dels onze anys i que no es podia aixecar del llit en feia nou. Aquesta dona el novembre del 2007 havia demanat se li desconnectes el respirador del qual depenia la seva vida.

El diari que fa més cobertura i seguiment, de forma extensa és *El Periódico*, mentre que LaMalla.net només en treu la notícia breu, però ja no en fa el seguiment.

La majoria de textos que publica *El Periódico* són d'una extensió considerable, ocupant gairebé dues pantalles cada notícia, presentant posicionaments plurals. En aquestes notícies parlen moltes veus de diversos representants: d'organitzacions (*Consejo Consultivo de Andalucía, Comité de Ética de la Junta de Andalucía, Comité Científico de la Sociedad Internacional de Bioètica*, col·legis de metges, *Societat de Cures Pal·liatives*), d'institucions (*Hospital Clínico de Granada, Clínica San Rafael, Hospital San Juan de Dios de Granada*), de l'administració pública (*Consejería Andaluza de Salud, Junta de Andalucía*), de l'església, persones properes a l'afectada (advocat).

Els enllaços interns de *El Periódico* relacionen totes les notícies publicades al diari referents al cas i LaMalla.net l'enllaça amb el Cas de Ramón Sampederro. És l'única vegada que s'ha trobat que *El Periódico* inclou un vídeo. L'Avui publica les informacions de les agències sense cap aprofundiment. Les fotografies en tots els diaris són il·lustratives.

The collage consists of four overlapping newspaper pages. The top left page is from 'AVUI' (2 de març del 2007) with the headline 'Andalusia garantirà el dret a morir d'un pacient'. The top right page is from 'LaMalla.net' and 'COMRàdio'. The bottom left page is from 'el Periódico.cat' (SOCIETAT) with the headline 'Aval legal per a la malalta de Granada que demana ser desconnectada'. This page features a large photograph of a woman in a hospital bed and a detailed article. The bottom right page is another clipping from 'el Periódico.cat' with the headline 'Autoritzen a retirar el tractament que manté viva una pacient'.

Algunes notícies referents al cas Echevarría

Els textos que genera aquesta notícia són de diferents fonts, degut al debat social que genera un tema ètic, en què s'hi mostren contraposats diferents àmbits socials, com el legislatiu i judicial, el religiós, i grups socials en defensa o en contra de l'eutanàsia. I on es veuen implicats institucions, organismes administratius i comunitats científiques. Són les notícies que més fonts d'informació diferents es troben citades en els textos i més cites de persones entrevistades. També cal tenir en compte que no és el primer cas que es dona (el més important a Espanya el cas de Ramón Sampedro) i per tant hi ha documentació d'arxiu que ajuda als mitjans a contextualitzar la notícia i a ampliar la informació, però també a mediatitzar més el tema, difondre representacions socials diverses i reobrir un debat recurrent en l'agenda mediàtica.

El debat, sobretot ètic i legislatiu, es veu reflectit en el discurs on la terminologia que s'utilitza va lligada principalment a aquestes dues disciplines, més que no pas a la de medicina o epidemiologia. Apareixen sovint els conceptes de *delicte*, *demanda*, *petició*, *dret*, *legislació*, *dictamen*, *informe jurídic*, *objecció*, *voluntat*, *respecte*, *dignitat*, *principi d'autonomia*, *vida*, *mort*, *consciència*, etc.

Queden en segons terme el llenguatge més relacionat amb la salut i la malaltia: *malalta*, *pacient*, *professionals*, *equip mèdic*, *tractament*, *respirador artificial*, *hospital*, *dolor*.

Aquest esdeveniment provoca un augment en el nombre de notícies que en parlen el dia 1 i 15 del més que coincideixen amb la petició de la pacient i amb la mort d'aquesta. El dia que la Sra. Echevarría mor, aquest tema desapareix de l'agenda mediàtica com a tòpic periodístic.

Aquest és un cas clar de tòpic que genera debat públic cada cop que hi ha un cas que gira entorn de l'eutanàsia, que finalment no se'l va considerar com a tal. També és un exemple de tema que genera expectativa en els usuaris de la premsa digital, precisament pel debat públic, i un dels temes que es tracten a partir d'una pluralitat de fonts. Però en canvi els textos continuen sense aprofundir, sense haver elements complementaris com documents, entrevistes, enllaços que aclareixin o aprofundeixin en la informació. Si no es té en compte que són discursos construïts amb una terminologia molt lligada a àrees de coneixement específiques, poden esdevenir poc comprensibles pels lectors.

4.5.2 Lipoatròfia Semicircular

Un altre esdeveniment que genera un seguiment de la notícia és el tòpic que s'ha anomenat com *Lipoatròfia Semicircular*. Les notícies són generades arran d'uns primers casos diagnosticats d'aquesta afectació emergent lligada a factors físics de l'entorn laboral, que es van donar a la les oficines centrals de *Gas Natural* de Barcelona. A partir d'aquests es van detectar casos en altres edificis (central de *La Caixa*, *Agbar*...). En aquest cas les fonts sempre són les mateixes: les institucions afectades, els sindicats i l'administració pública. I en canvi no surten declaracions dels afectats, malgrat ser una alteració que no provoca danys que s'hagin d'ocultar. A diferència del tòpic anterior, però, és un tema emergent i nou del qual hi ha poca documentació (però cercant per la xarxa se'n troba la suficient per documentar la notícia⁵³), no hi ha arxius en els mitjans perquè és la primera vegada que es donen aquests casos a Espanya i només hi ha un estudi belga prou documentat.

La lipoatròfia semicircular és una alteració molt poc coneguda, i precisament lligada a la societat de les noves tecnologies, que afecta al teixit subcutani, preferentment de les cuixes, i més freqüentment en dones. Està relacionada clarament amb factors físics de l'entorn laboral: excessivament tecnificat (ordinadors, fotocopiadores, mòbils, impressores, aires condicionats...), locals nous construïts amb materials artificials i molt aïllats (tancaments hermètics, emmoquetats...) on s'acumula l'electricitat estàtica.

Un entorn al que està sotmès una part important de la població que treballa en el sector de serveis. Aquesta darrera qüestió no es va apuntar en cap de les notícies analitzades de la premsa digital.

Tot i ser una notícia que podria haver generat debat públic per ser una afectació que es pot donar a la gran majoria de població pels condicionats laborals que la provoquen, només va generar tensió entre empreses i sindicats.

⁵³ Es pot confirmar per observació personal de l'autor d'aquest treball, que ha realitzat un estudi documental sobre el tema i un assaig de reportatge periodístic digital



Notícies sobre el tema de la Lipoatròfia Semicircular publicades als diaris observats

El fet de ser una malaltia desconeguda també crea curiositat en els lectors, que necessiten tota la informació possible per fer-se una idea clara de l'afectació i de les possibilitats d'abast d'aquesta. En canvi no hi ha recursos de la xarxa que aconsegueixin aquesta funció. No hi ha recursos multimèdia com podrien ser les infografies per representar com es produeix la relació entre l'entorn i la persona; no hi ha fotografies del mobiliari més perjudicial; no hi ha vídeos que mostrin un entorn laboral típic afavoridor de l'afectació; no hi ha entrevistes amb experts o declaracions d'afectats; no hi ha dades d'informes científics, ni enllaços hipertextuals que amplii la informació sobre les causes, la forma de prevenir l'alteració, les conseqüències de l'alteració, que no es troben documentades en la majoria de notícies.

Tampoc es parla si les empreses compleixen o no les mesures protectores, no se sap en què consisteixen els estudis que es realitzen ni se sap d'estudis anteriors (a nivell internacional), i altres dubtes que pot generar un problema emergent on està implicada la salut laboral, les condicions de l'empresa i molts treballadors. Cal tenir en compte que un problema emergent genera molts interrogants.

En el discurs, el llenguatge utilitzat en la construcció de la notícia és sobretot epidemiològic, en el que adquireix més importància en nombre de casos, que l'afectació i els agents causals que són de l'entorn (fàcilment evitables). Es dona un enfocament més aviat etiològic que no pas preventiu. Així, s'utilitza sovint els conceptes: *afecció, causes del problema, malalt, tractament, malaltia, molèsties, afectats, patir, causes, patologia, casos, baixa mèdica*. I molt menys freqüent: *prevenció, seguretat, reduir impacte, evitar problemes de salut, mesures*.

Un cop exposat el nou tòpic informatiu només es fa un seguiment intermitent a mida que apareixen nous casos, durant el mes de març. Quan ja no hi ha res més que explicar que els casos nous, desapareix el tòpic de l'agenda mediàtica, sense deixar clars alguns temes controvertits que (evidentment) no arriben dels gabinets de comunicació de les empreses implicades i que no surten a la llum si no hi ha una investigació periodística al darrere.

És un clar exemple de que les notícies es construeixen sense suficient documentació periodística, només amb les dades que faciliten les agències i els gabinets de premsa que s'encarreguen de filtrar la informació. També és exemple de la desviació que pot patir el tractament de les notícies cap un enfocament reduccionista de la salut i la malaltia, no es contempla la persona (no es parla dels afectats ni surten declaracions d'aquests), no es té en compte la importància de l'entorn com a determinant de la salut, no es dona prou importància a la salut (no es parla de mesures ni d'estils de vida per evitar l'afectació), no hi ha aportacions científiques.

Aquest és un cas de notícia en que no adquireix la mateixa importància a nivell sanitari que mediàtic. És un tema que té molta importància sanitària per ser un problema emergent i que a partir dels casos detectats es començaran les accions preventives i educatives, la planificació i protocolització dels procediments diagnòstics i terapèutics, la investigació i la divulgació. Però és un tòpic amb molt poc interès mediàtic perquè no és una malaltia greu, ni mortal, és de fàcil resolució i prevenció, no hi ha cap denúncia, no s'ha creat suficient debat públic ni alarma social.

Quan seria de gran utilitat la divulgació mediàtica per alertar del risc que corren molts treballadors, precisament els més relacionats amb les noves tecnologies, alertar de la necessitat d'adequar correctament els llocs de treball i poder evitar molts casos més, és quan les empreses de mitjans no hi troben benefici, sense recordar que la informació a la Xarxa no té preu.

4.5.3 Cirurgia estètica

Un altre fet que provoca l'aparició de varis textos relacionats és el tòpic que s'ha anomenat com *cirurgia estètica*, tot i que aquest tema periodístic té més a veure amb els mitjans de comunicació i la imatge que donen de la cirurgia estètica. La notícia apareix arran de la denúncia per part dels cirurgians plàstics a un programa televisiu d'Antena 3 (*"Cambio radical"*) que proporcionava canvis estètics a persones mitjançant la cirurgia. Tot i que en LaMalla.net no apareix cap notícia relacionada, en *El Periódico* i l'*Avui* s'inclouen notícies, reportatges i entrevistes. En l'*Avui* la primera notícia és breu i amb les dades que proporciona l'agència, les altres una mica més documentades, però sense cap enllaç hipertextual ni recursos multimèdia. *El Periódico* li dedica més extensió, alguns enllaços interns i fotografies il·lustratives.



Notícia sobre el tòpic de la cirurgia estètica publicada pel diari *Avui*

El debat públic sorgeix per la implicació de diferents sectors: metges i cirurgians (Consell de Metges de l'Estat, Sociedad Española de Cirugía Plástica Reparadora y Estética, Col·legi de Metges de Barcelona), els mitjans de comunicació (equip de producció de *Cambio radical*), l'ètica (associació *El Defensor del Paciente*), la jurisprudència (jutjat de Barcelona) i l'administració pública (Ministerio de Sanidad, Conselleria de Salut), i que esdevenen les fonts d'informació dels les notícies. Només l'*Avui* fa una entrevista a dues dones operades, però no pas del programa en qüestió.

La narració de les notícies es presenta en forma de declaració de drets i deures, ètics i professionals tant per part dels mitjans com per part dels cirurgians en vers la salut de les persones i la seva dignitat, on l'Administració pública es posiciona com vigilant dels fets. Aquesta notícia precisament posa de relleu la controvèrsia que presenten alguns temes de salut (en aquest cas l'estètica està relacionada amb la medicina) quan es tracten des dels mitjans de comunicació. Com s'ha comentat en el marc teòric no és nou el debat salut – mitjans de comunicació, pel que fa a la repercussió que tenen en l'opinió pública i, en aquest cas, sobre la salut pública i la seva representació. Precisament una de les qüestions que critiquen els cirurgians és la promoció d'un concepte “consumista de la salut”.

L'aprofundiment en aquestes notícies és un breu exemple de com es tracta la informació depenent del tòpic. Els recursos, l'enfocament i el discurs varien en funció d'aquells aspectes que poden ser més interessants pes lectors, però en totes elles es manifesta l'ús insuficient de recursos que proporcionen els mitjans digitals a l'hora de redactar una peça informativa sobre salut, en temes que ofereixen l'oportunitat.

Per resumir els resultats més rellevats es pot fer amb una descripció del que seria un diari i una notícia tipus:

És un diari que cobreix el tema de la salut de forma gairebé diària amb notícies estrictes d'actualitat sobre salut signades per una periodista. Una notícia composta d'un text i alguna fotografia, rarament amb elements interactius i multimèdia, amb escassos enllaços hipertextuals que amplii la informació. Els temes que predominen tenen relació amb la biologia humana, sobretot sobre malalties o addiccions, tractaments i els agents que les provoquen, i també sobre hàbits insans. Però no tracten temes de salut relacionats amb l'entorn o els hàbits saludables. Preferentment es dona un tractament de la informació medicalitzat i epidemiològic. I produeix més textos si és un tòpic que provoca debat, independentment de l'interès sanitari.

5. Conclusions i propostes

Les conclusions que es desprenen d'aquest treball i que s'exposen a continuació, no es poden estandarditzar ni a tot el periodisme digital ni a totes les capçaleres. Són les derivades d'una observació exploratòria molt puntual que mostren unes tendències.

Si tenim com a punt de partida el que s'ha proposat en el primer objectiu pel que fa a la producció de notícies sobre en els mitjans digitals, i segons les dades obtingudes en l'anàlisi es desprenen les següents conclusions:

- La freqüència de notícies de salut és pràcticament diària en totes les capçaleres, però en canvi no hi ha cap secció específica en el menú principal que ubiqui les notícies relacionades amb la salut. LaMalla.net és l'única capçalera que disposa d'un submenú específicament de salut.
- La majoria de textos no compleixen amb les recomanacions de redacció i estructura d'una notícia per a format digital: titulars incomplets per reconèixer que es tracta d'una notícia sobre salut, absència d'entradeta, manca de dades rellevants, referències locals sense contextualitzar.
- En general els textos són curts aconseguint les recomanacions de no sobrepassar les dues pantalles (50 línies aproximadament). Això comporta en la majoria de casos poc aprofundiment i sense ús dels enllaços per l'ampliació. El diari que produeix textos més extensos és *El Periódico*, però sense enllaços.
- La majoria de capçaleres no utilitzen els recursos que ofereix la xarxa per la hipertextualitat, multimedialitat i interactivitat. Predominen els enllaços interns que de vegades s'utilitzen malament. Es tem en l'ús dels enllaços externs i no s'acaben d'utilitzar correctament. La introducció d'elements multimèdia a les notícies es diversa però escassa i no integrats a la notícia. Il·lustren més que informen. Tots els mitjans estudiats ofereixen imatges fotogràfiques. No s'utilitzen elements interactius en les notícies a excepció de LaMalla.net, que és el diari que més recursos digitals utilitza.
- Els textos són signats amb predomini d'autor, i en el cas del LaMalla.net i l'*Avui*, freqüentment per la mateixa periodista. Les notícies de redacció i agència són notícies bolcades de la versió impresa o adaptades directament de les agències, amb poca o sense elaboració.

Els mateixos textos en els diferents diaris demostren l'ús d'informacions ja elaborades per les agències, gabinets i rodes de premsa de les institucions i organitzacions. Tot i això no hi ha indicadors que garanteixin la qualitat de la informació sanitària.

- No es compleix el *principi d'equitat informativa* en temes de salut per oferir la possibilitat de contrastar la informació i guiar el posicionament del lector més crític. Les fonts són poc variades i acostumen a ser les mateixes. Predominen les fonts "oficialistes" en detriment d'altres fonts com els afectats, experts i científics amb altres posicionaments, estudis realitzats en altres poblacions per altres institucions o autors, etc. No es surt al carrer, el treball és bàsicament de taula.
- Es continua amb la mateixa dinàmica de construcció de la notícia que en els mitjans convencionals i es promou molt lentament la producció innovadora.

Els mitjans digitals estudiats es troben en diferents fases de desenvolupament prèvies a la d'autèntics *cibermedis*, el model de *bolcatge* de l'edició impresa (l'*Avui*), el model d'*adaptació* (*El Periódico de Catalunya*) i el de creació de continguts propis (LaMalla.net), essent l'*Avui* el menys desenvolupat en el moment de l'estudi, no pas en l'actualitat que ja ha fet un pas més en l'evolució. S'observa que LaMalla.net al ser un mitjà exclusivament digital va un pas més endavant en l'adaptació dels textos a les característiques digitals incorporant innovacions, però encara li queda feina per construir notícies estrictament digitals.

A partir d'aquestes conclusions es podria confirmar la hipòtesi de que el periodisme digital està en desenvolupament i encara li manca utilitzar adequadament els recursos textuais que ofereix la xarxa a l'hora de confeccionar les notícies sobre salut, de forma que les capçaleres digitals s'acosten més al model de *bolcatge* o *adaptació* que al *digital* o *multimèdia* pròpiament.

Internet ha fet canviar els formats i la narrativa gràcies als les característiques proporcionades per la tecnologia, però en les redaccions sembla que es continua amb les mateixes rutines que als diaris convencionals i els periodistes continuen produint peces informatives amb la simple redacció i poc rica en recursos digitals, en lloc de fer una feina més polifacètica i innovadora.

Atenent al segon objectiu plantejat referent a l'agenda temàtica de les informacions sobre salut que es publiquen i el seu aprofundiment, segons les dades de l'anàlisi es pot dir que:

- Els temes relacionats amb la salut apareixen habitualment en els diaris digitals estudiats dins la secció de societat. *El Periódico de Catalunya* és el que més cobertura en fa dels temes de salut i l'*Avui* el que menys.
- Predominen les notícies relacionades amb la malaltia i el tractament que se'n fa és predominantment epidemiològic. La mesura xifrada de la presència o absència de la salut/malaltia en una població o en els individus és la que proporcionen les institucions i la que, segons com es tractin els nombres, poden ser més espectaculars (que no pas d'interès social) en quan que criden més l'atenció del lector.
- El periodisme es preocupa més del dels resultats, dels casos, de les conseqüències que no pas del procés d'emmalaltir o que de les mesures de prevenció o dels hàbits saludables, que poden evitar la pèrdua de salut o millorar el benestar. Així és com els mitjans transmeten un concepte de salut més biològic que integral i una medicina més curativa que preventiva.
- Cal destacar que hi ha poques notícies sobre medi ambient i salut o sobre promoció de salut, i encara menys sobre mitjans de comunicació i salut.
- Els temes que generen debat social i dels que es té documentació d'arxiu per la seva recurrència, com l'eutanàsia en el cas Echevarría, són els que generen més producció de textos informatius.
- En les notícies sobre casos és dona més importància al tractament que a les repercussions socials, a la medicina que al malalt, fet que comporta una interpretació medicalitzada de la salut, fins i tot consumista.
- Pel nombre de textos s'observa un esforç per apropar la ciència i el coneixement científic a l'àmbit de lectors no versats en temes especialitzats en ciència i medicina però només quan hi ha una nova troballa que esdevé tema de la notícia. És difícil trobar informació científica en notícies d'altres temes com podria ser el cas de la Lipoatròfia Semicircular, simplement afegint algun enllaç.
- El discurs de les notícies sobre salut analitzades, tot i que només s'han estudiat de forma superficial, adopten un llenguatge i terminologia específica amb els temes que es presenten.

Per tant els conceptes que apareixen van lligats al camp jurídic i legislatiu, ètic, termes relacionats amb la malaltia, el risc i el patiment, més que no pas als estils de vida a la millora, a l'entorn, en definitiva a la promoció de la salut pròpiament.

Aquestes mancances i tendències del periodisme comporten una distorsió de la realitat si més no, biaixos en la concepció de la salut i de la medicina. Aquest fenomen seria explicable per la falta de criteri i diligència de periodistes inexperts en l'àmbit de la salut. L'autoria, però segons l'anàlisi, apunta cap a la direcció contrària, ja que la majoria de notícies estan signades per un periodista, i sovint el mateix es suggereix que és un periodista experimentat en l'àmbit de la salut. Aquesta controvèrsia podria venir donada perquè l'expertesa s'ha adquirit per la rutina en una àrea i no pas per formació i pel mateix motiu els periodistes tendeixen a un enfocament més biologicista de la salut.

Per definició un bon periodisme és el que contrasta les informacions, preserva el rigor científic i ofereix diversos punts de vista perquè el lector tingui més elements per construir l'esdeveniment més proper a la realitat i a la veracitat. Partint de la idea que els mitjans de comunicació influeixen en les conductes humanes i en l'opinió pública (Boixareu, 2003), i que les persones utilitzen la premsa per tal de millorar la salut, és evident pensar que en temes de salut la cura en el tractament informatiu és vital perquè no exerceixin influències negatives en la salut o hàbits, confusió o alarma, expectatives infundades en la societat o la creença de no existir alternatives.

Amb aquestes conclusions es pot corroborar la hipòtesi de que l'aprofundiment i amplitud dels temes tractats sobre salut no ofereixen els diferents nivells d'informació que possibiliten les notícies digitals per poder satisfer les necessitats personals de coneixement i de qualitat.

No es pot però, confirmar la darrera hipòtesi de que els diaris en línia intervenen en la construcció social del concepte de salut, que pot esdevenir una interpretació *reduccionista* si no es tracta en la seva amplitud, atenent al principi *d'equitat informativa*, per manca de dades suficients. Només des de la part de la construcció i no pas des de la interpretació.

Tot i que s'ha millorat la situació en els darrers anys (Revuelta, 2006; *Informe Quiral*, 2005), encara no es garanteix un tractament prou acurat dels temes relacionats amb la salut, (Pérez Oliva, 1996, Revuelta, 2006...), ni acaben de complir amb els objectius i principis recomanats per a la informació sanitària (Comitè de Bioètica de Catalunya, 2004).

Caldrà doncs un apropament de les disciplines, les institucions i els professionals per millorar la informació sanitària i la seva adequació als mitjans digitals conforme a les característiques pròpies d'aquests.

Referent al propòsit d'elaborar i d'assajar un mètode específic per l'anàlisi, es pot dir que:

- S'han pogut establir unes primeres pautes i estructures per l'anàlisi, però amb possibilitats de millorar en la concreció i en l'amplitud de categories.
- La mostra (nombre de capçaleres i de textos) i el període de temps estudiat és correcte per a una aproximació però no per a una generalització, caldria una monitorització de més temps i de més de capçaleres digitals.
- En aquest treball, la majoria de les variables que s'utilitzen són quantitatives i qualitatives, amb una anàlisi del discurs que no s'ha fet s'ha fet en profunditat perquè no entrava dins els objectius d'aquest treball.
- El qüestionari realitzat a través de correu electrònic als redactors de les notícies no ha funcionat. Caldrà un altre sistema de contacte amb aquests. Una altra mostra del poc hàbit interactiu?.
- Amb la metodologia utilitzada només es dona una visió des de la producció de notícies digitals però no es pot contrastar amb l'ús que se'n fa, és a dir, quin és l'estat de la qüestió referent als usuaris d'Internet que s'informen de temes de salut a través dels diaris digitals. Seria interessant cercar mètodes per explorar l'audiència per poder-los combinar i tenir una visió més global del procés comunicatiu en els mitjans digitals. És una de les propostes per continuar treballant en aquest àmbit.

D'aquest treball es desprèn la necessitat de continuar ampliant l'estudi sistemàtic de les notícies digitals ampliant la mostra i el corpus, millorar el model d'anàlisi en la comunicació digital de temes de salut, i aprofundir en l'estudi discursiu de les notícies de salut com a tòpic mediàtic que cada cop interessa més als internautes. Cal superar la fase exploratòria i descriptiva de "l'estat de la qüestió" que tenia per objectiu aquest projecte.

Els resultats d'aquest treball posen en relleu la necessitat d'incidir des totes les vessants (formació, investigació, experimentació, empresarial) en la millora de la qualitat periodística pel que fa a la producció de notícies digitals, amb característiques pròpies i pel que fa a temes de salut. El periodisme és una disciplina que s'ha d'anar adaptant als canvis socials, als nous mitjans i a les preferències dels receptors. Estem en un moment de canvis: la societat de la informació, les noves tecnologies de la informació encapçalades per Internet i un societat que cerca el benestar en la millora de la qualitat de vida i de la salut, i ho fa gràcies a la informació i el coneixement. Un periodista que escriu per a mitjans digitals haurà de saber integrar aquestes premisses per acomplir adequadament el seu rol professional.

6. Bibliografia

1. **Amador Romero, F.J.** (2004). Medios de comunicación y opinión pública sanitaria. *Rev. Atención Primaria* 204; 33 (2):95-104. Barcelona: Doyma
2. **Alfonso Roca, M.T.; Álvarez Dardet, C.** (1992), *Manuales de enfermería. Enfermería comunitaria I.* capitulo 4 " Concepto de salud: Evolución y tendencias". (pag.41-45). Barcelona: Masson-Salvat .
3. **Armentia Vizuite, J.I.** (2000). *El Diario digital análisis de los contenidos textuales, aspectos formales y publicitarios.* Barcelona: Bosch.
4. **Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC)** (2007): *Navegantes en la red. 10ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea].Madrid: AIMC. < <http://download.aimc.es/aimc/03internet/macro2007.pdf> > [Consulta: abril de 2007].
5. **Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC)** (2008): *Audiencia de Internet, octubre-noviembre 2007* [en línea] EGM.Madrid: AIMC. Disponible a: <http://www.aimc.es/aimc.php?izq=audiencia.swf&op=uno&pag_html=si&dch=03internet/31.html> [Consulta: març de 2008]
6. **Amezcu, M.; Gálvez, A.** (2002). "Los modos de análisis en investigación cualitativa en salud: perspectiva crítica y reflexiones en voz alta". [En línea] *Rev. Esp. Salud Publica.* <http://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272002000500005&lng=es&nrm=iso >. [Consulta: març de 2008]
7. **Boixareu, R.M.** (coord.). (2003). "Els mitjans de comunicació social i la promoció de la salut". pp.299-306 dins idem. *De l'antropologia filosòfica a l'antropologia de la salut.* Barcelona: Blanquerna tecnologia i Servei, S.L.
8. **Briggs, P.** (2007). *Bodies Online Information and advice-seeking in the health and fitness domain* [en línea], Northumbria University (Newcastle) Economic and Social Research Council (ESRC). Disponible a:< <http://www.york.ac.uk/res/e-society/>> [Consulta: març de 2008]
9. **Brunet, I.; Pastor, I.; Belzunegui, A.** (2002). "Tècniques d'anàlisi de contingut. Anàlisi quantitativa". I "Aproximació qualitativa a un text". Cap. 3 i 4. Dins: *Tècniques d'investigació social. Fonaments epistemològics i metodològics.* Barcelona: editorial Pòrtic.
10. **Burns, R.B ET AL.** (1995). "Newspaper Reporting of the Medical Literature" [en línea], *JGen Intern Med* 1995;10: 19-24 Disponible a: <<http://www.springerlink.com/content/u37682646vq00147/fulltext.pdf> > [Consulta: març de 2008].
11. **Burr, V.** (1996), *Introducció al construccionisme social.* Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya i Proa.
12. **Cabré, M. ;Ortiz, T.** (2001). *Sanadoras, matronas y médicas en Europa.* Col. Mujeres y culturas. Barcelona: Icaria editorial, s.a.
13. **Cabrera, M.A.** (2004). "Periodismo digital y nuevas tecnologías". Dins: Barrera (ed.) *Historia del periodismo universal.* Barcelona: Ariel.
14. **Calvo Calvo, M.A.** (2003). *Comunicación y Salud.* *Rev.Salud y Cuidados.* [en línea]. Nº 5. Disponible a <<http://www.saludycuidados.net/numero5/editorial5.htm>> [Consulta: 15 octubre 2007]
15. **Calvo Hernando, M.** (2003). *Panorama de los problemas de la divulgación en el periodismo médico del nuevo siglo.* III Congreso Internacional de Periodismo Médico y temas de salud. I Congreso Mundial de Periodismo Médico.. Buenos Aires: Ama- SAPEM. <<http://www.sapem.org.ar/conf2.htm>> [Consultat 23 octubre de 2007]
16. **Castells M.** (2003a). *La Societat de la informació i l'estat del benestar el model finlandès.* Barcelona: Pòrtic UOC
17. **Castells M.** (2003b). *L'Era de la informació economia, societat i cultura. La societat xarxa.* Vol.1. Barcelona: Editorial UOC
18. **Castells M.** (2002). "La dimensión cultural de Internet" [en línea]. UOC. Disponible a: <<http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502.html> > [consulta: març 2008]

19. **Comitè de Bioètica de Catalunya.** (2004). Grup de treball. Alguns aspectes específics que cal tenir en compte en la informació sanitària. Dins: *Consideracions ètiques entorn de la informació sanitària*. Barcelona: Direcció General de Recursos Sanitaris. Generalitat de Catalunya. Departament de Salut.
20. **Coe, Gloria A.** (1998). Comunicación en salud. Comunicación y promoción de la salud. [en línia] Rev. *Chasqui* 63, septiembre 1998 Disponible a <<http://chasqui.comunica.org/coe.htm>> [consultat 23/3/07].
21. **Col·loquis** (2004). *La salut*. Barcelona: Universitat de Barcelona
22. **Coromina, E.; Casacuberta, X. i Quintana, D.** (2000). *El treball de recerca. Procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos*. Vic: EUMO editorial.
23. **Darias, V.; Darias, A.; Abdullah, R.N et al.** (2006) . "V Biental Iberoamericana de la Comunicación Taula 1: Breves consideraciones sobre el periodismo biomédico. Revista *Razón y palabra*. Nº49 Febrero-marzo 2006 Universidad de la Laguna –Canarias – Tenerife Disponible a: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/biental/Mesa%201/PeriodismoBiom%E9dicoVIC_TIRIANODARIAS.pdf> [Consultat 15 octubre 2007].
24. **Diaz Noci, J.; Salaverria, R** (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel
25. **Dijk Teun, A.** (1990). *La Noticia como discurso comprensión, estructura y producción de la información*. Barcelona: Paidós comunicación 41.
26. **Esteban, M.L** (2000). "La maternidad como cultura. Algunas cuestiones sobre lactancia materna y cuidado infantil" dins: Perdiguero, E.; Comella, J. M. *Medicina y Cultura. Estudios entre la antropología y la medicina*. Barcelona: edicions Bellaterra.
27. **Foucault, M.** (1979). *Historia de la locura en la época clásica*. Madrid: Fondo de cultura económica.
28. **Foucault, M.** (1991). *El nacimiento de la clínica una arqueología de la mirada médica*. México: Siglo XXI.
29. **Franquet, R.; Soto, M.; Ribes, FX.; Fernández, P.** (2006): *Assalt a la xarxa. La batalla decisiva dels mitjans de comunicació digital on line en català*. Barcelona: Col·legi de Periodisme de Catalunya.
30. **Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología**, (2003). Percepción Social de la Ciencia y la tecnología en España. Madrid: Central de Producción Gráfica.
31. **García Jiménez, A. i Rupérez, P.** (2007). Aproximaciones al periodismo digital. Universitat "Rey Juan Carlos". Madrid: editorial DYKINSON, s.l.
32. **González Borjas, A** (2003). Salud, información periodística especializada en alza. [en línia] Rev. *ÁMBITOS*. Nº 11-12 - 1er i 2º Semestres de 2004 (pp. 301-310) <http://www2.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/11-12/archivos11_12/borjas.pdf> [consultat 15 octubre 2007].
33. **Goula J.** (1998). *La Societat del coneixement*. Barcelona: Beta
34. **Grandi, R.** *Texto y contexto en los medios de comunicación*. BCN
35. **Guidonet, A.** (2006). Tesis doctoral: *¿Miedo a comer, Peligro, alimentación y cultura. El caso de las "vacas locas"*. Universitat de Barcelona.
36. **Heierle, C** (1992). La salud vista por la prensa: a propósito de una neumonía atípica. Rev. *Rol de Enfermería* Octubre 1992. V (15) nº 170, pàg. 79-82. Barcelona: Ediciones Rol, S.A.
37. **Informe de la comunicació a Catalunya** 2005-2006 (2008). *Informe de la comunicació a Catalunya: Internet* . [en línia], Barcelona: UAB, URV. <http://www.portalcomunicacion.com/informe/cat/content.asp?informe_seccio_id=8>[consulta: març 2008]
38. **Instituto Nacional de Estadística (INE)** (2008). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares. Año 2007* [en línia], Disponible a: <<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25/p450&file=inebase&L=0>> [Consulta:març de 2008].
39. **Krippendorff, K.** (1980). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Ediciones Paidós Iberica, S.A.
40. **Laín Entralgo P.**(1986), *Historia de la medicina*.(8ªed) (pp92-93) Barcelona: Salvat.

41. **Marlo, F. Bruno** . El rol del Periodismo en el Sistema de Salud. Rev. *Asociación Médica Argentina* [en línia], Disponible a: <http://www.amed.org.ar/publicaciones_revistas3.asp?id=244> [consultat 4 de març de 2008]
42. **Mercado, F.J.; Gastoldo, D. i Calderon, C.** (2002): *Paradigmas y diseños de la investigación cualitativa en salud*. Mèxic: Universidad de Guadalajara.
43. **Micó, J.L.** (2006). Periodisme a la xarxa. Llenguatge nou d'un ofici vell. Vic: EUMO editorial.
44. **Ministerio de Industria, Transporte y Comercio .Observatorio Red.es** (2008). *Estudio sobre Actividades realizadas en Internet 2007*. [en línia], Disponible a: <http://observatorio.red.es/estudios/documentos/actividades_internet_2007.pdf> [Consulta:març de 2008]
45. **Mira, J.J. [et al.]** (1997). Análisis de contenido de las noticias publicadas en la prensa. Imagen de los hospitales de Alicante, Elche y Elda. *Todo Hospital*, febrer 1997 N:133,pg:55-60.
46. **Montero Sánchez, M.D.** (1994), *La informació periodística i la seva influència social*. Barcelona: Publicacions de la UAB.
47. **Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) Interactiva** (2008). *Medios electrónicos*, [en línia]. Disponible a: < <http://ojdinteractiva.ojd.es>> [Consulta: març de 2008].
48. **Ogilvy Healthworld y Google** (2007). Resultats dels Informes sobre l'avaluació de la comunicació digital en salut, presentat a la trobada : “*La salud digital*” (*Health Goes Digital*) a Madrid el 12 de juliol del 2007.
49. **Orihuela, J.L.** (2002). “Nuevos paradigmas de la comunicación”, [en línia]. Rev. *Chasqui* nº 77. <<http://www.comunica.org/chasqui/77/orihuela77.htm>> [Consultat 27 gener de 2007]
50. **Orihuela, J.L.** (2003). “El ciberperiodista:entre la autoridad y la interactividad”, [en línia]. Rev. *Chasqui* nº83, pp.12-15. Diponible a: <<http://www.comunica.org/chasqui/83/orihuela83.htm>> [Consulta: març de 2008].
51. **Pardo, H.** (2006). “*Un modelo de aplicación web institucional universitaria. El caso de los WECOM: webs de facultades de comunicación de iberoamerica*” [en línia]. Tesis doctoral. UAB Disponible a: <<http://www.tesisenxarxa.net/TDX-0213106-194137/>> [Consultat 25.3.08].
52. **Pérez Oliva, M.** (1999). La divulgació científica als mitjans d'informació general. Diari *El País*. Publicat a rev. *Annals de Medicina*: Vidre i Mirall 82, 4, juny 1999 . Barcelona: L'Acadèmia de Ciències Mèdiques i de la Salut de Catalunya i de Balears.]. Disponible a: <http://www.academia.cat/pages/academ/vidaacad/publica/annals/annals_w.htm>
53. **Revuelta de la Poza, G.** (1999) La salut i els mitjans de comunicació: Judicis, perjudicis i noves estratègies. Publicat a rev. *Annals de Medicina*: Vidre i Mirall 82, 4, juny 1999 . Barcelona: L'Acadèmia de Ciències Mèdiques i de la Salut de Catalunya i de Balears. Disponible a: <http://www.academia.cat/pages/academ/vidaacad/publica/annals/annals_w.htm>
54. **Revuelta de la Poza, G.** (2006). Salud y medios de Comunicación en España. *Gaceta Sanitaria* nº 20 (supl.1) 203-8.
55. **Rubio Lacoba, M.** (2007). *Documentación informativa en el periodismo digital*. Madrid: Síntesis.
56. **Salaverría, R.** (2005), *Redacción periodística en Internet*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, S.A.
57. **Sánchez Moreno, A.** Et al. (2000) , *Enfermería Comunitaria 1: Concepto de Salud y factores que la condicionan*. Madrid:McGraw-Hill/Interamericana.
58. **Sánchez Morales, J.** (1999) “Periodismo médico y promoción de la salud”. A: Garcia Viveros, M. *Salud Comunitaria y Promoción de la Salud*. Granada:ICEPSS
59. **San Martín, H.** (1981), “La noción de salud y la noción de enfermedad” dins idem. *Salud y Enfermedad* (4ª ed). Sección I. México: Prensa Médica mexicana.
60. **Scolari, C.; Jarque, JM.; Perales, C.** (Coor.) Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (2007). *El canvi digital als mitjans de proximitat*. Col. Lexicon papers 3. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Dep. de Presidència.

61. **Scolari, C.** (2003). "Qué es un hipertexto?" [en línia]. Disponible a :
<http://www.dialogica.com.ar/clicsmodernos/2003/09/5_que_es_un_hipertexto.html> [Consultat 25.3.08].
62. **Scolari, C.** (2003). "Los espacios hipertextuales : la arquitectura de la información". [en línia] .
Disponible a :
<http://www.dialogica.com.ar/clicsmodernos/2003/09/8_los_espacios_hipertextuales.html>
[Consultat 25.3.08]
63. **Semir, Vladimir de** (dir.) ; **Cáceres , J. i Roura Poch, M.** (1996) Medicina, comunicación y sociedad. *Informe Quiral 1996. Medicina y salud en la prensa diaria*, [en línia] Fundació Vilacasas-UPF-Observatori de la Comunicació científica. Disponible a:
<<http://www.fundacionvilacasas.com/ventanas/inf96.pdf>> [Consultat 25.6.07].
64. **Semir, Vladimir de** (dir.) ; **Cáceres , J. i Roura Poch, M.** (2006) Medicina, comunicación y sociedad. *Informe Quiral 1996. Medicina y salud en la prensa diaria*. [en línia] Fundació Vilacasas-UPF-Observatori de la Comunicació científica. Disponible a:
<<http://www.fundacionvilacasas.com/ventanas/inf06.htm> > [Consultat 25.2.08].
65. **Sigerist, H.** (1981), *Hitos en la historia de la salud pública*. Madrid: siglo veintiuno editores, s.a
66. **Taylor, S.J. i Bogdan, R.** (1990): *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
67. **Trujillo Fernández, M.H. i Ramón Contreras, F.** (2002). Periodismo digital y discurso científico: nuevos modelos para el siglo XXI. [En línia] Rev. *Razón y Palabra* Número 27 junio-julio 2002. Disponible a: <<http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n27/fcontreras.html>> [Consultat 22 novembre 2007].
68. **Unzueta Zamalloa, L. [et al.]**: "Información sobre salud en la prensa diaria local". *Atención Primaria* , abril 1998 v:21 N:6 pg: 363-366. Barcelona: Doyma
69. **Valle Rojas, Carlos del.** (2003). "Comunicar la salud. Entre la equidad y la diferencia", [en línia] Chile: Ediciones Universidad de La Frontera. Llibre publicat a la Rev.electrónica *Razón y Palabra*. Disponible a:
<<http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/comunicarsalud.pdf>> [Consultat 1 5 octubre 2007].
70. **Informe PSiNET**, (AAVV). (2002). Salut i qualitat de vida en la societat en xarxa: aproximacions conceptuals i proposta metodològica de cerca per Internet. *Informe PSiNET*. Barcelona: UOC
71. **Waisbord, S.; Coe, G.** (2002) .Comunicación, periodismo, salud y desafíos para el nuevo milenio. [En línia] Rev. *Razón y Palabra*. Nº 26 Abril-maig 2002. Disponible a:
72. <<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antecedentes/n26/swaisbord.html>> [Consultat juliol 2007].
73. **Webmasters Independents en Català de Cultura i d'Àmbits Cívics (WICCAC)** *Baròmetre de l'ús del català a Internet*, [en línia] . Barcelona: WICCAC. Disponible a: <<http://wiccac.org/webscat.html>> [Consulta: març de 2008].

7. Annexes

7.1 Annex 1: Fitxa recollida de dades

Fitxa de registre individual de textos			
Diari:	secció:	Data:	
1. Estructura			
Títol :			
Pre/subtítol: si1 no0	Entradeta: si no		
Font: autor (qui)	redacció R	agència A	altres mitjans AM
Extensió: nº línies	nº paràgrafs		
Origen de la notícia: Catalunya cat Internacional int nacional i altres CCAA na			
2. Nivell d'informació principal			
2.1. Temàtica:			
*Tema: anomenar Àrea: *Diagnòstic D *tractament T *mesures preventives P *promoció de la PS salut (hàbits) H * entorn i salut MA *serveis sanitaris (recursos materials, personals i econòmics) SS * legislació leg * ètica E * Epidemiologia Epi (estudis, casos malaltia, morts) * mitjans i salut MC coneixement científic cc			
2.2. Origen de la notícia: * Investigació/estudi/informe * Actualitat (fet, fenomen puntual) *divulgació dv			
2.3. Actors de la notícia : *nens n * altres grups específics (grup definit de persones que pateixen un mateix problema/situació) grp * població general pb * individu : *home * dona *professionals pro * científics/experts			
2.4. Fonts documentals: *experts ex * afectats a *Institució/ organització sanitària org * Administració pública adm *Universitat u * altres mitjans MC			
3. Nivell d'aprofundiment			
Altres notícies relacionades del mateix mitjà nº			
Enllaços interns nº paraules clau		enllaços externs nº	
Documents annexes (pdf) nº			
4.Recursos multimèdia i participatius			
Multimèdia: * Fotografies * Infografies * vídeo * àudio nº			
Participació: * comentari a la notícia com *contacte cte * enquesta q * votacions vot			

7.2 Annex 2: Qüestionari redactors

Benvolguda,

Estic fent un treball sobre les notícies de salut en els diaris digitals, com a professora de l'Escola de Ciències de Salut. Em dirigeixo a tu perquè he observat que signes la majoria de textos i voldria demanar la teva col·laboració aportant algunes dades sobre la redacció d'aquestes notícies. Per això necessito resoldre algunes qüestions que enuncio seguidament.

L'objectiu de les següents qüestions és la de tenir una visió concreta del procés de construcció d'una notícia sobre temes de salut en un mitjà de comunicació digital i les diferències que pot haver amb la que va destinada a l'edició en paper .

Aquestes poden ser contestades per separat, com s'enuncien o donant l'opinió de forma general de manera que inclogui aquestes. Es demana la major sinceritat possible per tenir una millor visió de la realitat actual.

L'ús que se'n farà d'aquesta informació és anònim i es tractarà en conjunt amb altres opinions de manera que es garanteixi la confidencialitat de les opinions personals.

Dades prèvies:

- Anys de treball a la redacció digital: anys
- Anys en altres mitjans de comunicació (en cas que correspongui) : anys totals mitjans:
- Tens algun tipus de formació en salut: no sí quina:

Qüestions:

- A l'hora de triar les notícies sobre salut que cal redactar per a la publicació del dia, quins criteris segueixen que t'orientin ?
- A l'hora de verificar i ampliar la informació que reps, abans de redactar la notícia, quines fonts d'informació especialitzades en salut de la xarxa utilitzes més habitualment?
- Com fas compatible l'actualització permanent de les notícies digitals i la possibilitat d'ampliar i aprofundir el tema tractat?
- Quins recursos utilitzes en la construcció d'una notícia per al diari digital i que no pots fer en les notícies destinades a les edicions en paper?.
- Altres opinions personals al respecte del periodisme digital i/o les notícies sobre salut

Moltes gràcies per la col·laboració

Quedo a la disposició per a qualsevol dubte

Pots retornar l'arxiu a lourdes.albiac@uvic.cat

Hola Lourdes,

Abans de contestar* les preguntes que em formules, només volia aclarir-te que no soc redactora de l'edició digital del diari, sinó de temes de salut de l'edició de paper. El que passa que a la web també es penguen algunes notícies (sobretot el que diem temes propis) que publiquem al diari.

M'ha semblat que t'interessa l'experiència dels redactors d'edicions digitals i jo no en tinc cap en aquests tipus de mitjans.

Cordialment.

* no hi ha cap més missatge amb les preguntes contestades